

Da li je Vaš Brend Spreman za Loyalty Program? Otkrijte kroz Ovih 8 Pitanja

U svetu malih i srednjih preduzeća, zadržavanje kupaca i rast prodaje često predstavljaju ozbiljan izazov. Loyalty programi mogu biti pravo rešenje, ali mnogi se i dalje pitaju da li je njihova firma spremna za takav korak. Ako se prepoznajete u ovim dilemama, u nastavku vam predstavljamo osam ključnih pitanja koja vam mogu pomoći da procenite da li je loyalty program prava stvar za vaš brend i kako može pomoći u rastu.

1. Koliko vam je bitno da zadržite postojeće kupce?

Zadržavanje postojećih kupaca uglavnom košta manje nego pridobijanje novih. Prema istraživanjima, pridobijanje novih kupaca može biti 5 do 25 puta skuplje od zadržavanja postojećih. Ako se ne fokusirate na to da se vaši kupci vraćaju, propuštate priliku da smanjite troškove marketinga i povećate prihod. Loyalty programi mogu značajno podići stopu zadržavanja i tako doprineti dugoročnom uspehu vašeg poslovanja.

2. Da li su vaši kupci osetljivi na cenu ili su skloni lojalnosti?

Kupci imaju više opcija nego ikada i često se okreću nižim cenama. Međutim, loyalty programi stvaraju osećaj pripadnosti i motivišu ih da ostanu verni vašem brendu, čak i kada konkurencija nudi popuste. Uz dobar program, kupci će se vraćati zbog dodatne vrednosti koju im pružate. Sephora je odličan primer—kupujući, sakupljate bodove koje kasnije možete zameniti za nagrade, što stvara konstantan podsticaj za povratak.



Beauty Insider Benefits

All members earn 1 point per \$1 spent.



Savings	INSIDER Free to join	VIB Spend \$350/yr	ROUGE Spend \$1000/yr
Free Standard Shipping Beauty Insider only, no minimum purchase required	●	●	●
Beauty Insider Cash* Apply 500 points for \$10 off your qualifying purchase	●	●	●
Seasonal Savings Events*	10% off	15% off	20% off
Point Multiplier Events* ▶	2X points	3X points	4X points
End-of-Year Discount*	●	●	●
Access to Auto-Replenish ▶ Set up subscription delivery and get 5% off your faves	●	●	●
Rouge Reward Exchange 2,500 points for \$100 off your purchase			●

Primer funkcionisanja Sephora loyalty programa

3. Da li mislite da bi loyalty program bio previše komplikovan za implementaciju?

Strah od tehničke složenosti je čest kod menadžera i vlasnika preduzeća. Međutim, moderni SaaS loyalty sistemi su dizajnirani tako da budu jednostavni za postavljanje i upotrebu. Napravljeni da budu laki za postavljanje, čak i ako nemate posebno tehničko znanje. Sve je već spremno i intuitivno, uz podršku kad god vam zatreba.

4. Da li smatrate da je loyalty program skup?

Mnogi vlasnici i menadžeri veruju da su loyalty programi skupi i da će biti dodatni trošak za već ionako opterećeno

poslovanje. Ali, istina je da može biti skuplje ne imati ga. Kupci danas očekuju neki vid nagrađivanja, i ako im to ne ponudite, rizikujete i da izgubite one koji bi se stalno vraćali. Čak 75% potrošača kaže da je spremnije da ostane verno brendu koji nagrađuje njihovu lojalnost.

5. Da li pratite kupovne navike svojih kupaca?

Jedna od najvećih prednosti loyalty programa je mogućnost prikupljanja podataka o kupcima, što vam omogućava da bolje razumete njihove navike i potrebe. Na osnovu ovih podataka možete kreirati personalizovane ponude koje će ih motivisati da češće kupuju. SaaS loyalty platforme nude napredne alate za analizu, pa lako možete ciljati različite grupe potrošača specifičnim promocijama.

6. Kako komunicirate sa svojim kupcima?

Efikasna komunikacija je ključ svakog uspešnog loyalty programa. Danas možete lako komunicirati s kupcima putem emaila, SMS-a ili aplikacija, obaveštavajući ih o specijalnim ponudama i nagradama koje mogu iskoristiti. Brendovi koji koriste mobilne aplikacije za loyalty programe često postižu bolju angažovanost kupaca, jer je sve dostupno na dohvat ruke.

7. Da li vaši kupci već očekuju loyalty program?

U nekim industrijama, loyalty programi su već postali standard. Ako vaša konkurencija već nudi loyalty program, postoji velika verovatnoća da vaši kupci to očekuju i od vas. Ignorisanje tih očekivanja može značiti gubitak vernih kupaca, jer je poznato da više od 70% ljudi očekuje da budu nagrađeni za lojalnost. Ne pružiti im taj benefit može biti propuštena prilika.



Velika većina kupaca danas očekuje loyalty kao neizostavno iskustvo većine brendova

8. Koliko cenite dugoročne odnose sa kupcima?

Loyalty programi nisu samo alat za povećanje prodaje; oni su ključ za izgradnju dugoročnih odnosa sa kupcima. Lojalni kupci ne samo da se vraćaju, već vas i preporučuju drugima, što je vrednije od bilo koje reklame. Kroz dobro osmišljen loyalty program možete izgraditi lojalnu bazu kupaca koji ne samo da će nastaviti da kupuju od vas, već će i postati ambasadori vašeg brenda.

Zaključak: Da li je vaš brend spreman?

Ako ste kroz ova pitanja prepoznali priliku za svoj brend, možda je vreme da razmislite o pokretanju loyalty programa. SaaS loyalty rešenja su dizajnirana tako da budu pristupačna, laka za implementaciju i brzo mogu doneti rezultate. Uz pravu platformu, loyalty program može postati moćan alat za zadržavanje kupaca i povećanje njihovog zadovoljstva.

Umesto da razmišljate o troškovima i komplikacijama, zapitajte se

koliko vas zapravo košta to što nemate loyalty program. Kupci su danas osetljivi na osećaj vrednosti koji dobijaju od brendova, i loyalty program može biti ključna prednost koja će vas izdvojiti na tržištu.

[Kako izabrate odgovarajući loyalty \(lojaliti\) program](#)