Šta Se Može Meriti Kao KPI u Loyalty Programu i Kako Početi Od Nule

Da biste procenili uspeh vašeg loyalty programa, važno je da pratite prave KPI-jeve (ključne pokazatelje uspešnosti) koji pokazuju angažovanost kupaca i efikasnost programa. Evo najvažnijih KPI-jeva koje treba meriti i kako da ih pratite od samog početka.

Ključni KPI-jevi u Loyalty Programu

1. **Stopa Učlanjenja**
   - **Šta meri:** Procenat vaših kupaca koji se prijavljuju u loyalty program.
   - **Kako izračunati:** Broj prijavljenih članova podeljen ukupnim brojem kupaca, pomnoženo sa 100.

Primer: Ako imate 5.000 kupaca i 1.000 se prijavi, stopa učlanjenja je 20%.

2. **Stopa Angažovanja**
   - **Šta meri:** Aktivnost članova programa, poput skupljanja poena ili iskorišćavanja nagrada.
   - **Kako izračunati:** Broj aktivnih članova podeljen ukupnim brojem članova programa.

Primer: Ako 800 od 1.000 članova koristi poene, stopa angažovanja je 80%.

3. **Stopa Ponovne Kupovine**
   - **Šta meri:** Koliko često članovi prave kupovine u određenom vremenskom periodu.

Primer: Ako kupac obavi tri kupovine u kvartalu, njihova stopa

ponovne kupovine je 3.

4. **Prosečna Potrošnja po Članu**
   - **Šta meri:** Prosečan iznos koji troše članovi programa u poređenju s ostalim kupcima.
   - **Kako izračunati:** Ukupan promet članova podeljen brojem aktivnih članova.

Primer: Ako članovi troše prosečno 150 dolara mesečno, ovo pokazuje koliko program doprinosi većim kupovinama.

5. **Vrednost Kupca Tokom Života (CLV)**
   - **Šta meri:** Ukupni prihod koji kupac generiše tokom trajanja odnosa sa brendom.
   - **Kako izračunati:** Prosečna vrednost kupovine x broj ponovnih kupovina x prosečan životni vek kupca.

Primer: Ako kupac troši 10 dolara mesečno tokom 24 meseca, CLV iznosi 240 dolara.

6. **Stopa Zadržavanja Kupaca**
   - **Šta meri:** Koliko uspešno zadržavate kupce tokom vremena.
   - **Kako izračunati:** Broj zadržanih kupaca podeljen brojem kupaca na početku perioda.

Primer: Ako zadržite 450 od 500 kupaca u toku godine, stopa zadržavanja je 90%.

7. **Stopa Iskorišćenja Nagrada**
   - **Šta meri:** Koliko često članovi koriste nagrade.
   - **Kako izračunati:** Broj iskorišćenih nagrada podeljen brojem članova programa.

Primer: Ako 1.000 od 5.000 članova koristi nagrade, stopa iskorišćenja je 20%.

8. **Stopa Odliva (Churn Rate)**

- **Šta meri:** Procenat članova koji napuste program.
- **Kako izračunati:** Broj izgubljenih članova podeljen ukupnim brojem članova.

Primer: Ako izgubite 50 od 500 članova, stopa odliva je 10%.

Kako Početi sa Praćenjem KPI-jeva

1. Definišite svoje ciljeve: Jasno odredite šta želite da postignete loyalty programom – bolju zadržanost kupaca, povećanje prosečne potrošnje ili više preporuka.
2. Postavite alate za praćenje: Koristite alate kao što su POS sistemi, CRM platforme ili specijalizovani softver za lojalnost da biste počeli da prikupljate podatke.
3. Fokusirajte se na ključne metrike: Počnite sa osnovnim pokazateljima kao što su stopa učlanjenja, angažovanost i prosečna potrošnja, a kasnije uključite napredne metrike poput vrednosti kupca tokom njegovog životnog ciklusa (CLV).
4. Redovno analizirajte i prilagođavajte: Pregledajte rezultate da biste razumeli šta funkcioniše, a zatim prilagodite nagrade, promocije i način komunikacije na osnovu tih podataka.

Prateći ove pokazatelje, imaćete jasniji uvid u to koliko je vaš program lojalnosti uspešan i moći ćete da prilagodite strategiju za bolji rast i veći angažman kupaca. Početak nije komplikovan – uz osnovne alate i fokus na ključne KPI-jeve, lako ćete napraviti razliku.

Pretvorite kupce u dugogodišnje fanove uz Loyalty program