

I VLASNIK SIT I KUPCI NA BROJU



Kako loyalty program utiče na poslovanje kompanije? Na prihode, na broj kupaca, troškove?

Toliko je puta već ponovljeno da i ptice na granama gotovo znaju – Lojalni korisnici su i do nekoliko puta profitabilniji za biznis. Uopšteno govoreći, oni donose više novca i manje koštaju.

Zvuči kao kliše, zar ne?

Za neupućene, možda, ali fenomenom korisničke lojalnosti bavili su se još 90-tih godina ugledni profesor Hardvarske škole biznisa, Earl Sasser kao i Frederick Reicheld, direktor Bain-ove filijale za Customer loyalty.

Prema njima, ključni ekonomski benefiti povećanja korisničke

lojalnosti mogu se svrstati u šest kategorija.

Opširnije podatke pročitajte klikom na pdf.