

KAKO IZABRATI ODGOVARAJUĆI LOYALTY (LOJALITI) PROGRAM?



Zašto neki loyalty (lojaliti) programi ne uspevaju i šta uraditi da to toga ne dođe?

U svim pisanim materijalima na temu loyalty (lojaliti) programa pomalo neupadljivo provlači se jedna obična reč koju često upotrebljavamo i čujemo, a zapravo predstavlja ključni faktor uspeha programa lojalnosti korisnika.

Koliko puta ste čuli ili pročitali da će samo DOBAR i DOBRO dizajniran i

osmišljen loyalty program doprineti pozitivnim rezultatima poslovanja. Kako je čovekova percepcija prilično selektivna i fokusirana uglavnom na pojedinačno, što je u ovom slučaju pojam loyalty (lojaliti) programa, pridev DOBAR najčešće se nekako „utopi“ u ostatak rečenice pa se vrlo lako upadne u misaonu klopku da loyalty program, sam po sebi, donosi uspeh.

ZANIMLJIVA STATISTIKA LOYALTY (LOJALITI) PROGRAMA