

KUPCI ŽELJE I MOTIVACIJE



NA KOJI NAČIN DANAŠNJI POTROŠAČI ŽELE DA UČESTVUJU U LOYALTY PROGRAMIMA I ŠTA IH MOTIVIŠE?

U svetu loyalty programa neke stvari se nikada ne menjaju – prvo najvažnije je učiniti da se kupci osećaju cenjeno, izaći u susret njihovim potrebama i željama, a sve sa ciljem uspostavljanja i razvijanja obostrano korisnih odnosa sa njima. Međutim, u mnogim aspektima loyalty programa promene su neminovne, a uzroci ovoga su raznoliki – od gotovo svakodnevnog razvoja tehnologije do novih načina integracije kanala kupovine.

Balansiranje između zahteva tržišta i konstantnosti pružanja kvalitetnih proizvoda i usluga i ovih promena može u velikoj meri odrediti razliku u budućem periodu između kompanija i

brendova koji prosperiraju i onih koji imaju poteškoće da izgrade i održe odnose lojalnosti sa svojim potrošačima.

Opširnije podatke pročitajte klikom na pdf.

[KAKO NAPRAVITI USPEŠAN LOYALTY \(LOJALITI\) PROGRAM?](#)

[BORBA ZA LOJALNOST KORISNIKA I LOYALTY PROGRAMI](#)