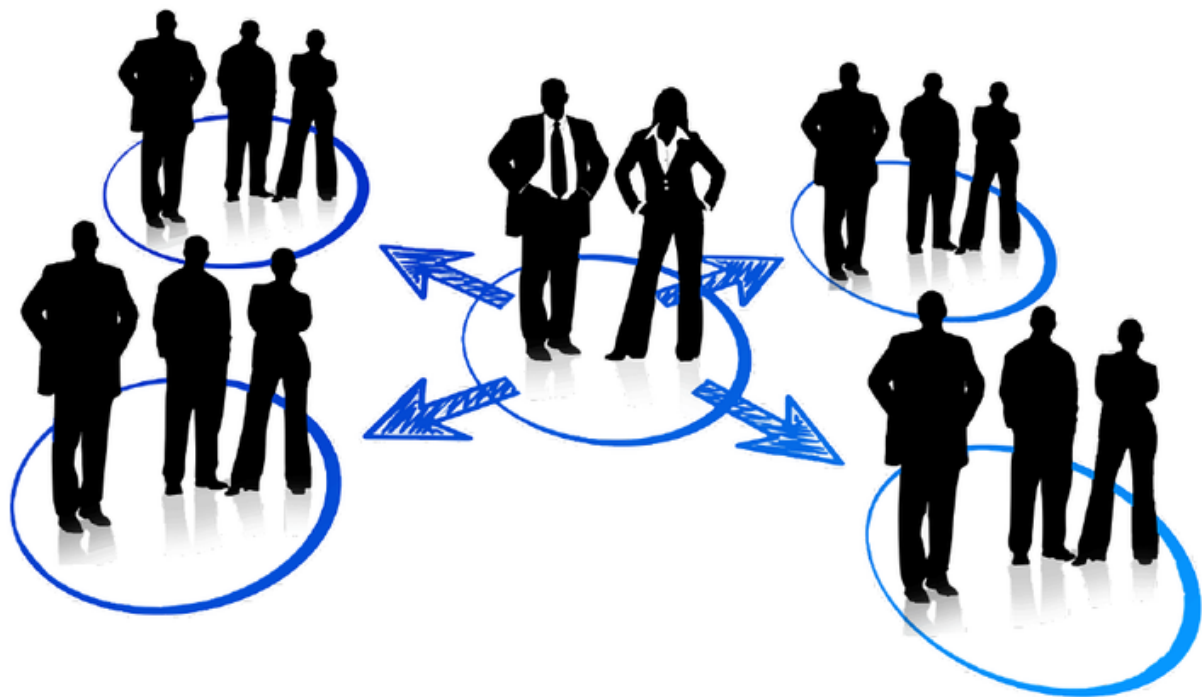


# ZAŠTO JE VAŠOJ B2B KOMPANIJI POTREBAN LOYALTY PROGRAM?



Zbog čega se sve više B2B kompanija okreće loyalty programima u nadi da će im baš oni pomoći da privuku nove i zadrže postojeće klijente?

Loyalty programi se tradicionalno više vezuju za B2C nego za B2B kompanije i poslovanje. Uzimajući u obzir duge, kompleksne

prodajne cikluse i klijente koji nisu toliko zainteresovani za popuste i kupone, mnogi B2B marketari osećaju odbojnost prema konceptu loyalty programa. Međutim, zahvaljujući zaoštavanju konkurencije i cenovnom nadmetanju, B2B kompanije sve više uviđaju pogodnosti i vrednost ulaganja u loyalty.

Zadržati klijente i učiniti ih zadovoljnim je prioritet broj jedan. Istraživanja govore da povećanje od samo 2% kada je u pitanju zadržavanje postojećih klijenata ima isti efekat na profit kao smanjenje troškova od 10% – pritom, prosečna kompanija izgubi 10% klijenata na godišnjem nivou. Klijenti moraju biti stimulisani i nagrađeni da bi ponovili transakciju sa Vašom kompanijom.

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