

Loyalty

وفاداری



امروزه محصولات و خدمات ارائه شده از سوی شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی، روز به روز به یکدیگر شبیه‌تر می‌شوند، و در بازارهای رقابتی دیگر به سختی می‌توان مشتری را با ارائه خدماتی کاملاً بدیع در بلندمدت شگفت‌زده کرد. چالش پیش روی بنگاه‌های اقتصادی مختلف یافتن راهکاری است که از طریق آن نخست به حفظ مشتریان کنونی و وفادار سازی آنها پرداخته و سپس با کاهش هزینه‌های سربار، به یافتن مشتریان جدید اقدام نماید. استفاده از راهکارهای وفادار سازی مشتریان باعث می‌شود تا روابطی پایدارتر و بر مبنای رضایت طرفین در قالب ایجاد باشگاه مشتریان شکل گیرد. در این راستا شرکت فن‌آوران انیاک با بهره‌مندی از مجموعه امکانات نرم‌افزاری و سخت‌افزاری و بسترهای شبکه‌های مخابراتی و بانکی، آمادگی دارد در کلیه مراحل راه‌اندازی باشگاه مشتریان از قبیل: مشاوره در طراحی، تامین نیازمندیهای سخت‌افزاری و نرم‌افزاری سامانه باشگاه، چاپ و صدور کارت، راه‌اندازی و پشتیبانی سیستم و بررسی امکان تعامل با دیگر باشگاه‌ها با آن بنگاه اقتصادی همکاری نماید.

دفتر امارات متحده عربی

دفتر جبل علی: منطقه آزاد تجاری جبل علی، لابی ۱۷
 دفتر دبی: شهر اینترنتی دبی، برج ثریا، طبقه ۱۲
 صندوق پستی: ۲۶۱ ۹۴۵
 تلفن: ۰۰۹۷۱ ۵۰ ۴۲۷ ۳۴ ۳۷
 ۰۰۹۷۱ ۵۰ ۸۷۲ ۷۳ ۴۴
 ۰۰۹۷۱ ۵۰ ۷۵۶ ۵۶ ۱۲

دفتر کیش

جزیره کیش،
 خیابان سنایی، جنب بازار مریم،
 برج IT، شماره ۱۱۴
 تلفکس: ۰۷۶۴ - ۴۴ ۵۵ ۱۰۴

دفتر مرکزی

تهران، شهرک غرب، بلوار پاکت‌ژاد
 نرسیده به تقاطع دریا، کوی اردیبهشت
 ساختمان شماره ۲۳
 تلفن: ۹۹ - ۸۸ ۳۷ ۱۴ ۸۰ و ۸۸ ۷۸ ۷۸ ۷۰ (خط ۲۰)
 فکس: ۸۸ ۳۶ ۰۰ ۱۴

برخی از نتایج ایجاد باشگاه مشتریان وفادار

مشتریان راضی به مشتریان "وفادار" تبدیل می‌شوند؛
مشتریان "موقت" به مشتریان "دائم" تبدیل می‌شوند؛
ضربه‌پذیری در مقابل "رقبا" و همچنین "نوسانات بازار" کمتر می‌شود؛
حساسیت مشتریان به تغییرات و قیمت‌ها را کاهش می‌یابد؛
منافع حاصل از ارزش طول عمر مشتری را تضمین می‌کند؛
موجب تبلیغات غیر مستقیم مشتریان وفادار می‌شود؛
سود خالص کسب و کار افزایش می‌یابد؛

پیشروی در ارائه خدمات نوین تجارت الکترونیک و متمایز شدن سازمان با سایر رقبا
تصمیم‌گیری‌های مدیریتی برای برنامه ریزی‌های بعدی باشگاه، با توجه به تحلیل رفتار
و عادات مشتریان

برخی از ویژگی‌های طرح پیشنهادی انیاک

در طرح باشگاه وفاداری انیاک، علاوه بر مزایای راه‌اندازی باشگاه مشتریان برای آن بنگاه
اقتصادی، با بهره‌مندی از مجموعه امکانات نرم‌افزاری، سخت‌افزاری و بسترهای
شبکه‌های مخابراتی و بانکی، اعضای باشگاه می‌توانند علاوه بر پیوستن به باشگاه مطبوع
خود، از مزایا، امتیازات و پاداش‌های باشگاه‌های دیگر عضو شبکه لویالتی انیاک نیز بهره
مند گردند و از این طریق، علاوه بر موارد تشویقی درون سیستم باشگاه مشتریان خود، به
اعضای باشگاه حق انتخاب گزینه‌های بیشتر کالا و خدمات نیز داده می‌شود.

امکانات و قابلیت‌های سامانه باشگاه مشتریان :

تعریف محصولات، خدمات و اطلاعات عاملیت‌های فروش
ثبت نام اعضا

ثبت روش‌های امتیاز دهی به اعضا

ثبت تخفیفات، هدیه‌ها و خدمات به اعضای باشگاه

ارتباط سامانه با دستگاه‌های کارتخوان، جهت ثبت تراکنش‌های فروش به نمایندگی‌ها و
عاملیت‌های فروش

مدیریت مرکزی کارتهای اعضا (غیر فعال کردن، شارژ امتیازی کارتها و ...)

ایجاد سیستم ارتباط با اعضای باشگاه (اطلاع‌رسانی، اخبار، SMS، ایمیل و ...)

گزارش‌گیری‌های مختلف بر اساس نوع کارت‌ها، مقدار خریدها، کالای خریداری شده،
اطلاعات هویتی افراد...

دسته‌بندی مشتریان بر اساس سلیقه‌ها و نوع خریدهای آنها برای ارسال تبلیغات هدفمند

اتصال به سایر باشگاه‌ها و سامانه‌های وفاداری

قابلیت اتصال به سرویس‌های بانکداری الکترونیکی



کارت امتیازی انیاک

کارتهای امتیازی نمونه‌ای از کارتهای وفاداری هستند که بیشتر برای شرکت‌ها و سازمان‌هایی که به دنبال مشتریان بیشتری می‌گردند استفاده می‌شود.
این مجموعه‌ها می‌توانند با ارائه این کارتها که با مشخصات و طرح کامل مورد نظرشان صادر می‌گردد علاوه بر نمایش تبلیغات مدرن و دائمی، مشتریان را نیز به صورت انحصاری به عاملین فروش خود وفادار نمایند.

بر اساس سیاست‌گذاری‌های مشخص، درصدی از خرید به صورت امتیاز به کارت مشتری برگشت داده می‌شود و مشتری با خرید بیشتر، امتیاز بیشتری را جمع‌آوری می‌کند که با بالا رفتن امتیازات می‌تواند از طرح‌های تشویقی و خدمات ویژه استفاده نماید (مانند قرعه‌کشی، اعطای اعتبار یا پرداخت و خرید با امتیازات جمع‌آوری شده و ...).
این امتیاز در صورتی قابل استفاده است که مشتری بار دیگر به مجموعه شما یا هر یک از مراکز دلخواه شما مراجعه نماید. شما با این کار، نه تنها در مشتری ایجاد انگیزه برای خرید مجدد نموده‌اید بلکه او را به مجموعه خویش وفادار ساخته‌اید، چرا که مشتری همواره می‌تواند رقبای شما را به شما ترجیح دهد.



برخی از مزایای استفاده از سیستم کارت امتیازی

ثبت، نگهداری و جمع‌آوری اطلاعات (مشخصات فردی و اجتماعی) مشتریان در یک بانک اطلاعاتی این امکان را فراهم خواهد کرد که نسبت به مشتریان خود شناخت نسبتاً جامعی حاصل نمایید.

امکان تبلیغات هدفمند با توجه به نوع سلیقه و توان مالی مشتریان موجود در بانک اطلاعاتی

پس از ثبت امتیازات، براساس سیاست‌های شرکت می‌توان با استفاده از سیستم‌های انگیزشی متفاوت (قرعه‌کشی‌های فصلی، تسهیلات ویژه و ...) را برای دارندگان کارت در نظر گرفت.

دسته‌بندی سلیق و نیازهای مشتریان و ثبت ارقام خریداری شده توسط آنها این امکان را فراهم می‌کند که تراکم خرید در ماه‌های مختلف سال مورد بررسی قرار گرفته و استراتژیهای خاص فروش، در زمانهای کم تراکم جهت ترغیب و تشویق مشتری اعمال گردد.

به نسبت امتیازات تخصیص یافته و مبالغ موجود در کارتهای پیش‌پرداخت، فروش آینده کاملاً قابل محاسبه و مدیریت است.

امکان نظر سنجی، تحقیق بازار و ارسال نمونه‌های اطلاعات خاصی به طور مستقیم به مشتریان و مخاطبین منتخب وجود دارد.