

بررسی جامع باشگاه مشتریان در اقتصاد رقابتی

خلاصه مقاله: باشگاه مشتریان چیست؟ باشگاه مشتریان استراتژی است که کسب و کارهای موفق، خصوصاً آن‌هایی که با رقابت زیاد روبه‌رو هستند، از آن برای نگهداشت مشتریان ارزشمند خود استفاده می‌کنند. ساز و کار باشگاه مشتریان این گونه است که با استفاده از امتیاز و پاداش، انگیزه‌ی مشتریان برای تکرار خرید پا...



صبا ضمیری

کارشناس تولید محتوا

۱۴۰۴/۰۹/۰۵

آخرین بروز رسانی

۵ دقیقه

زمان مطالعه

جستجو

فهرست مطالب

باشگاه مشتریان چیست؟

اقتصاد رقابتی چیست؟

باشگاه مشتریان چگونه سهم بازار را افزایش می‌د...

مزایای باشگاه مشتریان در اقتصاد رقابتی

نحوه بهبود عملکرد کسب‌وکار با باشگاه مشتریان...

مزیت رقابتی باشگاه مشتریان در اقتصاد رقابتی

۰۵/۰۹/۱۴۰۴

باشگاه مشتریان چیست؟

باشگاه مشتریان استراتژی است که کسب و کارهای موفق، خصوصاً آن‌هایی که با رقابت زیاد روبه‌رو هستند، از آن برای نگهداشت مشتریان ارزشمند خود استفاده می‌کنند. ساز و کار باشگاه مشتریان این گونه است که با استفاده از امتیاز و پاداش، انگیزه‌ی مشتریان برای تکرار خرید را انجام اقدامات دیگر را افزایش می‌دهد. باشگاه‌های مشتریان معمولاً توسط بلنقرم‌های مختلف با امکانات متعدد مثل **برنامه CRM** مدیریت می‌شوند.

اقتصاد رقابتی چیست؟

اقتصاد رقابتی بازاری است که در آن مشتری آزادی کامل برای انتخاب دارد و انحصار جایی در آن ندارد. در این بازار رقبای جدید می‌توانند به‌سادگی وارد زمین شوند و کسب و کارهای ناکارآمد صحنه را ترک کنند. **در اقتصاد رقابتی تنها کسب‌وکارهایی دوام می‌آورند که نوآوری و کیفیت ارائه کنند و به مشتریان خود بیش از هر چیزی اهمیت دهند.**

۹۹

Nancy Pearcey نویسنده و سخنران

رقابت همیشه چیز خوبی است. ما را مجبور می‌کند بهترین کارمان را انجام دهیم. در مقابل انحصار افراد را به شستی و رضایت از کار متوسط می‌رساند

مثال اقتصاد رقابتی

فرض کنید در یک خیابان دو پیتزافروشی کنار هم هستند. اولی سال‌هاست کار می‌کند و مشتریان ثابت دارد. دومی تازه افتتاح شده، اما قیمت بهتر، کیفیت بالاتر و تحویل سریع‌تری دارد. با توجه به اقتصاد رقابتی اگر پیتزافروش اول فکری برای بهبود خدماتش نکند، بعد از مدتی ممکن است از بازار حذف شود. پیتزافروش دوم نیز اگر تنها روی کیفیت و قیمت تکیه کند ممکن است نتواند به راحتی در کنار رقیب قدیمی خود دوام بیاورد. اینجاست که باید با استفاده از راه حل‌های نوآورانه‌تر وفاداری مشتریان را تضمین کرد.

باشگاه مشتریان چگونه سهم بازار را افزایش می‌دهد؟

در هر مرحله از ارتباط با مشتری، مثل بازاریابی، فروش، پشتیبانی و... اطلاعاتی درباره‌ی مشتریان به دست می‌آید که می‌توان در مسیر صحیح، از این داده‌ها برای وفادارسازی مشتریان استفاده کرد. با طراحی امتیازات و پاداش‌های شخصی‌سازی شده، مشتریان تشویق می‌شوند برند را ترک نکنند و به خرید از آن ادامه دهند. ساز و کار سیستم‌های مدیریت باشگاه مشتریان به طور کلی مطابق مراحل زیر است:

۱. جمع‌آوری داده

تاریخچه ارتباطات با مشتریان، از جمله، اطلاعات شخصی و خریدهایی که قبلاً انجام داده اند در سیستم ثبت و جمع‌آوری می‌شود.

۲. شناخت و دسته‌بندی مشتری

مشتریان براساس رفتار، میزان خرید، محصول مورد علاقه و حتی ارزش مالی که برای برند ایجاد کرده اند، به گروه‌های مختلف تقسیم بندی می‌شوند.

۳. طراحی کمپین، امتیاز و پاداش

مشتری به ازای انجام اقدامات خاص مثل خرید یا معرفی به دیگران امتیازی دریافت می‌کند که این امتیاز می‌تواند تبدیل به پاداش‌هایی مثل تخفیف یا هدیه‌های ویژه شود.

۴. اطلاع رسانی به مشتریان

با استفاده از کانال‌های پیامک، ایمیل، نوتیفیکیشن و... درباره‌ی کمپین پیش رو اطلاع رسانی می‌شود. می‌توان با استفاده از اطلاعات جمع‌آوری شده از مشتریان، این پیام‌های را شخصی‌سازی کرد تا تاثیرگذاری آن‌ها بیشتر شود.

۵. تشویق به بازگشت و خرید تکراری

در این مرحله مشتری احساس می‌کند عضوی از یک جامعه ارزشمند است و و برند قدردان اوست، امتیازات در صورتی که با نیاز و علاقه‌مندی‌های مشتری هم راستا باشد، تاثیر خود را می‌گذارد و مشتری اقدام مورد نظر کسب و کار را انجام می‌دهد.

۶. بهبود مداوم با تحلیل رفتار مشتری

از رفتار مشتری در طی این چرخه نیز اطلاعات ارزشمندی استخراج می‌شود، مثلاً این که کدام مشتریان به کدام کمپین‌ها علاقه نشان داده اند و کدام یک از امتیازات خود استفاده نکرده اند. این داده‌ها برای بهبود مستمر کمپین‌های وفاداری در باشگاه‌های مشتریان مورد استفاده قرار می‌گیرند.

مزایای باشگاه مشتریان در اقتصاد رقابتی

باشگاه مشتریان چگونه درآمد کسب و کار را افزایش می‌دهد؟ حس وفاداری مشتریان، فاکتور ارزشمندی است که نمی‌توان آن را با چیز دیگر عوض کرد اما این حس وفاداری باید در نهایت تبدیل به درآمد شود تا کسب و کار بتواند در اقتصاد رقابتی دوام بیاورد و رشد کند. این یعنی، باشگاه مشتریان علاوه بر این که باید از ریزش مشتریان جلوگیری کند، باید آنان را به انجام خرید بیشتر و متنوع‌تر نیز تشویق کند. همچنین می‌توان با اجرای برنامه‌های خاص از باشگاه مشتریان برای جلب مشتریان جدید نیز بهره برد.

99	به گزارش Open Loyalty
افزایش ۵ درصدی در نگهداشت مشتری می‌تواند سود را بین ۲۵ تا ۹۵ درصد افزایش دهد.	۱۴۰۴/۰۹/۰۵

باشگاه مشتریان از طریق موارد، مزایای خود را نشان می‌دهد:

۱. بالا بردن ارزش طول عمر مشتری

ارزش طول عمر مشتری یا Customer Lifetime Value معیاری است که نشان می‌دهد هر مشتری از ابتدای اول اولین خرید تا آخرین تعامل چه مقدار درآمد برای کسب و کار ایجاد کرده است. باشگاه مشتریان با افزایش تکرار خرید و بالابردن ارزش سبد خرید به بالا بردن ارزش طول عمر مشتریان کمک می‌کند. یعنی مشتریان را تشویق می‌کند محصولات گرانتر یا تعداد بیشتری از محصولات را به دفعات بیشتر خریداری کنند.

۲. کاهش ریزش مشتری

باشگاه مشتریان رفتار مشتری را پایش می‌کند و عواملی مثل طولانی شدن زمان آخرین خرید، کاهش تعداد تعاملات، کاهش امتیاز، کم‌شدن بازنده‌ها و... به شما نشان می‌دهد چه کسانی در آستانه ریزش هستند. ارسال کد تخفیف اختصاصی، پیشنهادت شگفت انگیز مثل بکی بختر دوتا ببر، پادآوری امتیازهای استفاده‌نشده یا پیشنهاد قوری با زمان محدود، مشتریان را دوباره به برند بازمی‌گرداند.

۳. جذب مشتری جدید از طریق مشتریان فعلی

باشگاه مشتریان عمدتاً برای وفادارسازی مشتریان فعلی استفاده می‌شود اما می‌توان از آن برای جذب مشتریان جدید نیز استفاده کرد. با طراحی کمپین‌های ارجاعی به مشتریان در ازای معرفی برند به دیگران، امتیازاتی اختصاص داده می‌شود. این مدل برنامه‌ها معمولاً با استقبال خوبی مواجه می‌شوند چون مشتری در ازای کاری که برای او هزینه‌ی مادی ندارد، مزایایی دریافت می‌کند.

نحوه بهبود عملکرد کسب‌وکار با باشگاه مشتریان در بازار رقابتی

باشگاه مشتریان علاوه بر مزایایی که می‌تواند بلافاصله برای کسب و کار شما به ارمغان آورد، به مرور باعث ایجاد مزیتی می‌شود که در اقتصاد رقابتی به صورت تدریجی اما پایدار سهم شما از بازار را افزایش می‌دهد. فرقی نمی‌کند یک کسب و کار تازه تاسیس باشید یا یک سازمان با تجربه با مشتریان ثابت، باشگاه مشتریان سیستمی است که هر زمان شروع به استفاده از آن کنید، در مسیر رشد خود سرعت می‌گیرید. در ادامه با یک مثال تفاوت کسب و کارهای سنتی و کسب و کارهای پیشرو را در اقتصاد رقابتی نشان می‌دهیم.

مزیت رقابتی باشگاه مشتریان در اقتصاد رقابتی

فرض کنید یک فروشگاه لوازم خانگی چند سال است که باشگاه مشتریان دارد. در این بازه، باشگاه مشتریان از یک ابزار ساده تبدیل به یک مزیت رقابتی شده است که سهم بازار این فروشگاه را افزایش داده است. اما چگونه؟

- کسب و کار در طی این مدت با کمپین‌های مختلف وفادارسازی به مشتری نشان داده است که حاضر است برای جلب رضایت و نگهداشت او هزینه کند. مشتری نیز درک کرده که می‌تواند به کسب و کاری که برای مشتریان خود ارزش قائل است به راحتی اعتماد کند.
- جمع‌آوری داده‌ها در طی این مدت، الگوهای رفتاری مشتریان را روشن می‌کند و باعث می‌شود کسب و کار به خوبی بداند مشتری چه چیزی لازم دارد، به چه چیزی علاقه‌مند است و چگونه می‌توان رضایت او را جلب کرد. به این ترتیب باشگاه مشتریان همیشه در حال بهبود و دقیق‌تر شدن است.
- در حالی که رقبا مجبورند هزینه‌های سنگینی برای بازاریابی و جذب مشتری کنار بگذارند، این کسب و کار با سرمایه گذاری بهتر روی مشتریان فعلی خود نه تنها نگهداشت آنان را تضمین می‌کند، بلکه با برنامه‌های ارجاعی و بهبود شهرت خود، جامعه مشتریان خود را گسترش می‌دهد.

بهترین سیستم باشگاه مشتریان در اقتصاد رقابتی

برای راه اندازی باشگاه مشتریان لازم است ابتدا نیازها و اهداف خود را بررسی کنید تا بتوانید بهترین گزینه را انتخاب کنید اما در ۹۹٪ موارد، **خرید CRM** به عنوان بهترین راه حل برای مدیریت همه جانبه‌ی ارتباط با مشتریان شناخته می‌شود. سی آر ام تمام بخش‌های در ارتباط با مشتریان را یکپارچه‌سازی می‌کند و به عنوان بخشی از عملکرد خود، امکان مدیریت باشگاه‌های مشتریان را نیز فراهم می‌کند.

با جریان یکپارچه‌ی اطلاعات در سراسر کسب و کار، باشگاه‌های مشتریان بهتر کار می‌کنند.

برای طراحی باشگاه مشتریان خود می‌توانید در قدم اول، **آموزش CRM** را با اولین سی آر ام دانش بنیان ایرانی شروع کنید و با ساخت اکانت اختصاصی، امکانات باشگاه مشتریان آن را آن را شخصاً به صورت رایگان امتحان کنید.

دریافت PDF

دانلود PDF

پی دی اف این مقاله را می‌توانید جهت مطالعه در زمان دیگر با یک کلیک دانلود کنید.

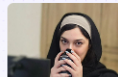
سوالات متداول

اگر پاسخ سوالات را در بخش سوالات متداول پیدا نکردید، می‌توانید با تیم پشتیبانی ما تماس بگیرید.

۱. تفاوت باشگاه مشتریان با سیستم‌های تخفیف ساده چیست؟
۲. چرا باشگاه مشتریان در اقتصاد رقابتی اهمیت بیشتری دارد؟
۳. آیا باشگاه مشتریان بدون CRM هم قابل اجراست؟

صبا ضهریری / کارشناس تولید محتوا

علاقه‌مندی به دنیای فناوری و مدیریت کسب و کار در ساده‌سازی مفاهیم پیچیده و تبدیل آن‌ها به محتوای کاربردی همیشه مشوق من بوده است. با بررسی تازه‌ترین روندهای بازار و ترکیب آن با تجربه‌ای



که در این راه همراه شده است تلاش می‌کنم در ارتقای دانش و بهبود تصمیم‌گیری‌های شما تاثیر مثبتی داشته باشم.



نظرات کاربران

دیدگاه‌تان را بنویسید

نام

ایمیل

دیدگاه *

☐ ذخیره نام، ایمیل و وبسایت من در مرورگر برای زمانی که دوباره دیدگاهی می‌نویسم.

فرستادن دیدگاه

مزیتی بی‌نهایت مسرین در صنعت رقابتی

نحوه بهبود عملکرد کسب‌وکار با باشگاه مشتریان...

مزیت رقابتی باشگاه مشتریان در اقتصاد رقابتی

اشتراک گذاری

در خبرنامه ما عضو شوید

ایمیل

عضویت

مقالات پیشنهادی

- CRM ۱۴ دقیقه، ۱۴۰۴/۰۸/۱۳

بهترین نرم افزار CRM در سال ۲۰۲۵ | نظرات کاربران + تحلیل کارشناسان

خلاصه مقاله: بهترین نرم افزارهای CRM ایرانی و بین‌المللی در ادامه جزئیات هر نرم‌افزار را با نگاهی نقادانه بررسی می‌کنیم؛ ولی اگر خودتان هم علاقه داشتید، می‌توانید ...
- CRM ۹ دقیقه، ۱۴۰۴/۰۸/۱۴

مدیریت ارتباط با مشتری چیست و چگونه رشد پایدار سازمان را تضمین می‌کند؟

خلاصه مقاله: مدیریت ارتباط با مشتری چیست؟ اولین سوالی که باید پاسخ دهیم این است که اصلاً مدیریت ارتباط با مشتری (Customer Relationship Management) یعنی چه؟ متأسفانه ...
- CRM ۹ دقیقه، ۱۴۰۴/۰۹/۰۴

۹ نرم افزار CRM رایگان که باید تست کنید + لینک مستقیم

خلاصه مقاله: CRM اصلاً چیست و چرا برای کسب‌وکارهای کوچک مهم است؟ اگر از قبل می‌دانید CRM مخفف چیست و چه مفهومی دارد، پیشنهاد می‌کنیم از این ...

با ما در شبکه‌های اجتماعی در ارتباط باشید.				
مآزول‌ها و امکانات	CRM برای مشاغل	منابع و راهنما	شرکت	راه‌های ارتباطی
مخاطبین	شرکت‌های بیمه	مقالات	پشتیبانی	مشهد، دستگیر ۳۵، بین بیستون ۶ و ۸، پلاک ۳۴، طبقه ۲
معاملات	آژانس‌های مسافرتی	کتاب‌ها	تماس با ما	ایمیل: info@amootsoft.com
پشتیبانی	بنگاه‌های معاملاتی	ویدیوها	مشاوره رایگان	شماره تماس: ۰۲۱-۹۱۳۰۳۷۰۰
کارمندان	شرکت‌های بازرگانی	مقایسه‌ها	درباره اوج ابری	
ساعت کارکرد	رستوران‌ها و کافی‌شاپ‌ها	قیمت نرم افزار crm	توافق نامه	
مدیریت فروش	سالی‌ها و کلیتیک‌های زیبایی	چیزیت CRM	قوانین و مقررات	
مشاهده تمام مآزول‌ها	مشاهده CRM برای شغل شما	دستگاه ذخیره شماره مشتری	سیاست حریم خصوصی	