

نقش امتیازات و سطح بندی در جذب و نگهداشت مشتری در باشگاه مشتریان

خلاصه مقاله: امتیازات باشگاه مشتریان چیست؟ سیستم امتیازدهی و سطح بندی مشتریان در باشگاه مشتریان یک سازوکار برای هدایت رفتار مشتریان به سمت اقدام مد نظر کسب و کار است. وقتی مشتری امتیاز می‌گیرد، احتمال بازگشت برای خرید بیشتر می‌شود و به این ترتیب نرخ نگهداشت مشتری و ارزش طول عمر او افزایش پیدا...

صبا ضمیری

کارشناس تولید محتوا

۱۴۰۴/۰۹/۰۹

آخرین بروز رسانی

۷ دقیقه

زمان مطالعه

جستجو

فهرست مطالب

امتیازات باشگاه مشتریان چیست؟

انواع سیستم امتیاز و سطح بندی در باشگاه مشت...

انوع مدل های سطح بندی در باشگاه مشتریان

نقش امتیازدهی باشگاه مشتریان در افزایش فرو...

چطور بهترین سیستم امتیازدهی و سطح بندی را ا...

نکات کلیدی در طراحی امتیازدهی و سطح بندی د...

اشتراک گذاری

لینکدین

تلگرام

واتس اپ

ایمیل



چرا بعضی از افراد، به یک برند خاص پایبندند؟

اگر فاکتور کیفیت را کنار بگذاریم، پشت این وفاداری یک سازوکار هوشمند وجود دارد، یعنی سیستمی که با پاداش های ساده، قلب مشتریان را از آن خود کرده است؛ تا حدی که مشتری دیگر برای قیمت ارزان یا کیفیت محصول خرید نمی کند بلکه برای چیزی که قرار است بعد از این خرید نصیبش شود خرید می کند. امتیازات باشگاه مشتریان، انگیزه هایی هستند که به صورت پنهان مشتریان را به خرید بیشتر تشویق می کنند.

امتیازات باشگاه مشتریان چیست؟

سیستم امتیازدهی و سطح بندی مشتریان در باشگاه مشتریان یک سازوکار برای هدایت رفتار مشتریان به سمت اقدام مد نظر کسب و کار است. وقتی مشتری امتیاز می‌گیرد، احتمال بازگشت برای خرید بیشتر می‌شود و به این ترتیب نرخ نگهداشت مشتری و ارزش طول عمر او افزایش پیدا می‌کند. برند می‌تواند برای رفتارهای مهم دیگری به غیر از خرید نیز امتیازی در نظر بگیرد؛ مثل ثبت نظر، معرفی برند به دیگران یا عضویت در گروه های مختلف. به این ترتیب نرخ مشارکت و تعامل مشتری با کمپین ها بالا می‌رود.

۷۰

نقل قول

۱۴۰۴/۰۹/۰۹

۹۰٪ از برنامه های وفادار سازی بازگشت سرمایه مثبت داشته اند و بهترین آن ها حدود ۴.۸ برابر هزینه شان سود ایجاد کرده اند.

انواع سیستم امتیاز و سطح بندی در باشگاه مشتریان

خیلی از کسب و کارها باشگاه مشتریان را با سیستم تخفیف اشتباه می‌گیرند. امتیازدهی در باشگاه مشتریان قرار نیست صرفاً یک هدیه یا جایزه باشد بلکه هر امتیاز حاوی پیامی است که به مشتری نشان می‌دهد کسب و کار قدر دان حضور، تعامل و خرید اوست. وقتی این سیستم درست طراحی شود، مشتری نه تنها به دلیل کیفیت محصول بلکه به خاطر تجربه ای که داشته است به برند وابسته می‌شود.

در ادامه با رایج ترین و کاربردی ترین انواع سیستم های امتیازدهی آشنا می‌شویم؛ مدل هایی که اگر درست طراحی شوند، می‌توانند نرخ بازگشت، وفاداری و سودآوری را به طور قابل توجهی افزایش دهند.

مدل های امتیازدهی در باشگاه مشتریان همراه با مثال

۱. **امتیاز برای خرید:** مشتری هر بار که خرید می‌کند یک مقدار مشخص امتیاز می‌گیرد.

مثال: هر ۱۰۰ هزار تومان = ۱۰ امتیاز.

۲. **امتیاز برای اقدام خاص:** برای کارهای ارزشمند هم امتیاز داده می‌شود.

مثال: ثبت نظر، تکمیل پروفایل یا دعوت دوستان – ۵ امتیاز

۳. **امتیاز برای استفاده از خدمات یا تعامل:** برندهایی که مشتری باید مرتب از سرویس استفاده کند، برای خر بار استفاده امتیازی به آن ها تعلق می‌گیرد.

مثال: هر بار ورود و استفاده از اپلیکیشن بانکی = ۱ امتیاز

۴. **امتیاز بر اساس مأموریت یا چالش:** مشتری یک مسیر یا فعالیت خاص را طی می‌کند و پاداش می‌گیرد.

مثال: سه خرید در یک ماه = ۲۰ امتیاز اضافه.

انوع مدل های سطح بندی در باشگاه مشتریان

سطح بندی مشتریان در باشگاه ها یک استراتژی هوشمند برای ایجاد حس پیشرفت، انگیزه و رقابت در مشتریان است. وقتی مشتری احساس می‌کند یا هر خرید یک قدم نزدیکتر به سطح بالاتر می‌شود برای حفظ جایگاهش تلاش می‌کند. در ادامه با انواع روش های سطح بندی در باشگاه مشتریان آشنا می‌شویم.

۱. سطح بر اساس امتیاز

مشتری با جمع کردن امتیاز به سطوح بالاتر می‌رسد. یعنی هر رفتار ارزشمند مثل خرید، ثبت نظر یا انجام یک مأموریت، امتیازی دارد و مجموع همین امتیازها تعیین می‌کند مشتری الان در چه سطحی قرار دارد.

مثال: ۵۰۰ امتیاز = سطح نقره ای، ۱۰۰۰ امتیاز = سطح طلائی

۲. سطح بر اساس مبلغ یا تعداد خرید

در این مدل، ارتقای سطح مشتری به جای امتیاز، مستقیماً به مبلغ یا تعداد خرید او وابسته است. یعنی هرچه مشتری بیشتر خرید کند یا دفعات بیشتری از برند استفاده کند، سطحش بالاتر می‌رود.

مثال: ۱۰ خرید در سال = سطح VIP

۳. مدل ترکیبی

در این مدل، به جای یکی از چند شاخص مهم به صورت همزمان استفاده می‌شود تا مشتری سطح بندی شود

مثال: ۸۰٪ امتیاز از خرید + ۲۰٪ از معرفی برند به دیگران

پیشنهاد ویژه

نرم افزار CRM اوج ابری را رایگان تجربه کنید.

شروع رایگان CRM

CRM اوج ابری

از نظر روانشناسی، چگونه باشگاه مشتریان تبدیل به پایه اصلی رشد فروش شما خواهد شد؟ بیشتر کسب‌وکارها برای افزایش فروش روی جذب مشتری جدید تمرکز می‌کنند، در حالی که بزرگ‌ترین فرصت مشتریانی هستند که همین حالا با برند در ارتباط‌اند. امتیازدهی و سطح‌بندی مشتریان به شما کمک می‌کند از طریق مکانیزم‌های ذهنی زیر، ارزش این مشتریان را به بالاترین حد برسانید.

تشویق به خریدهای فوری

وقتی امتیازها تاریخ انقضا داشته باشند یا بعد از مدتی بسوزند، ذهن مشتری سریع فعال می‌شود: «اگره امروز خرید نکنم، این امتیاز از دست می‌ره.» انسانی از از دست دادن بیشتر می‌ترسد تا چیزی را به دست بیاورد. همین ترس کوچک باعث می‌شود مشتری تصمیمش را به تعویق نیندازد و خرید را زودتر انجام بدهد. پس برند بدون اینکه تحقیف سنگینی بدهد، حس فوریت را در مشتری ایجاد می‌کند.

تمرکز روی ارزش به جای سود مالی

وقتی مشتری فقط با تحقیف جذب یک برند شود، باز هم دنبال ارزش‌ترین گزینه می‌گردد. اما امتیازدهی و سطح‌بندی ذهن او را وارد یک جریان دیگر می‌کند: «با هر خرید چیزی جمع می‌کنم.» این حس خیلی قدرتمند است، چون مشتری فکر می‌کند با خرید کردن در حال به‌دست آوردن یک ارزش و استفاده از آن در آینده است. یعنی تمرکز ذهن از «کمتر خرج کنم» به «چیزی به دست بیاورم» تغییر می‌کند. همین تغییر باعث می‌شود مشتری تصمیمش را فقط بر اساس قیمت نگیرد و به ارزش و منفعتی که دریافت می‌کند توجه کند. به این ترتیب می‌توانید برای مارکتینگ و فروش محصولات گران‌قیمت‌تر نیز روی این مشتریان حساب کنید.

99	نقل قول
۵۷٪ از مشتریان برای برندهایی که به آن‌ها وفادار هستند، هزینه‌ی بیشتری می‌کنند.	

کاهش احتمال انتخاب رقبا

وقتی مشتری در طی زمان امتیازاتی جمع کرده باشد، این امتیازها برایش تبدیل به یک دارایی ارزشمند می‌شود و همین حس باعث می‌شود دو اتفاق بیفتد:

- حس تعلق پیدا می‌کند و خودش را بخشی از یک گروه یا باشگاه خاص می‌بیند.
 - ترک برند برایش مساوی از دست دادن چیزی است که برایش وقت و خرید گذاشته.
- برای همین تصمیم به ترک برند و انتخاب رقبای شما برای او سخت‌تر می‌شود. حتی اگر یکی دیگر تحقیف بیشتری بدهد، مشتری معمولاً همان برند قبلی را انتخاب می‌کند چون نمی‌خواهد سرمایه و امتیازهایی را که جمع کرده از دست بدهد.

چطور بهترین سیستم امتیازدهی و سطح‌بندی را انتخاب کنیم؟

اولین قدم برای انتخاب بهترین سیستم امتیازدهی و سطح‌بندی با شناخت مشتری و مدل کسب‌وکار شروع می‌شود. قبل از هر چیز باید بدانیم مشتری ما چگونه خرید می‌کند، چه چیزی برایش ارزش دارد و هدف باشگاه مشتریان باید چه چیزی باشد. **اگر خریدها کوچک و پرتکرار است، سیستم امتیازدهی ساده جواب می‌دهد. اگر خریدها کم اما با مبلغ بالا هستند، سطح‌بندی مشتریان اهمیت بیشتری پیدا می‌کند.** در مرحله بعد باید ببینیم کدام رفتار مشتری ارزشمندتر است؟ خرید؟ تعامل؟ دعوت؟ پاسخ همین سؤال، مدل امتیازدهی را مشخص می‌کند.

نکات کلیدی در طراحی امتیازدهی و سطح‌بندی در باشگاه مشتریان

- مدل امتیازدهی و سطح بندی نباید پیچیده باشد. مشتری باید فوری بفهمد با خرید بعدی چه چیزی به دست می‌آورد.
- پاداش‌ها باید قابل‌دسترسی باشند. اگر رسیدن به سطح بعدی یا دریافت امتیازات خیلی سخت باشد، انگیزه مشتریان از بین می‌رود.
- ارزش امتیاز باید واقعی باشد و بتوان مستقیماً آن را به محصول، خدمات یا حتی پول تبدیل کرد. اگر مشتری حس کند امتیاز بی‌ارزش است، با شما همکاری نخواهد کرد.
- از ابزارهای مخصوص برای مدیریت امتیازات و سطوح مشتریان استفاده کنید تا احتمال خطای انسانی و فراموش کاری به صفر برسد. خصوصاً اگر مشتریانی زیاد یا محصولات خاصی دارید، مدیریت دستی امتیازات در باشگاه مشتریان برای شما امکان پذیر نخواهد بود.

بهترین ابزار برای مدیریت امتیازات و سطح‌بندی باشگاه مشتریان

در کسب‌وکارهایی که روزانه با تعداد زیادی مشتری سروکار دارند، مدیریت امتیازها و سطح‌بندی دیگر با قابل اکسل یا روش‌های دستی جواب نمی‌دهد چون احتمال خطا بالا می‌رود و هر اشتباه کوچک می‌تواند باعث نارضایتی، از دست رفتن مشتریان برارزش یا حتی شکست کمپین‌ها پر هزینه‌ی شما شود.

مهم‌ترین چالش این نوع کسب‌وکارها علاوه بر حجم زیاد مشتری، پراکندگی اطلاعات است. وقتی داده‌های فروش، پشتیبانی، بازاریابی و باشگاه مشتریان در بخش‌های مختلف سازمان پراکنده باشد و دسترسی به آن‌ها نیازمند زحمت باشد، باشگاه مشتریان نمی‌تواند به حداکثر سوددهی برسد.

خرید نرم‌افزار CRM اوج ابری به شما کمک می‌کند تمام اطلاعات مشتریان را از بخش‌های مختلف جمع کنید، یک تصویر از هر مشتری بسازید و مدیریت امتیازات و سطح‌بندی را از یک کار پیچیده و پرخطاً به یک فرآیند هوشمند، منظم و خودکار تبدیل کنید.

مزایای CRM در مدیریت امتیازات باشگاه مشتریان

قبل از این که به معرفی امکانات CRM برای باشگاه مشتریان و مدیریت امتیازات و سطح‌بندی‌ها بپردازیم، شاید بهتر باشد اول ببینیم **CRM چیست؟** به زبان ساده و سریع، سی آر ام نرم‌افزاری است که برای مدیریت ارتباط با مشتریان در تمام چرخه‌ی فروش طراحی شده است. امروزه CRM‌های مدرن، تمام بخش‌های یک کسب و کار را پوشش می‌دهند و با یکپارچه سازی جریان اطلاعات تلاش می‌کنند رضایت و وفاداری مشتریان را بالا ببرند. باشگاه مشتریان نیز به عنوان بخشی از این نرم‌افزار به صورت مستقیم روی وفاداری مشتریان کار می‌کند.

امتیازدهی و سطح‌بندی مشتریان به کمک CRM اوج ابری

جمع‌آوری داده‌ها

اوج اوج ابری همه خریدها و تعاملات با مشتری را ثبت می‌کند و در اختیار باشگاه مشتریان شما قرار می‌دهد یعنی امتیازدهی براساس حدس یا سلیقه انجام نمی‌شود و کاملاً بر اساس تاریخچه‌ی رفتار مشتریان طراحی می‌شود تا بیشترین بازدهی را داشته باشد. به عنوان مثال اگر مشتری با بخش پشتیبانی شما تعاملی داشته و مشکلی را مطرح کرده است، شما با دسترسی به این تاریخچه می‌توانید برای جلب دوباره‌ی رضایت او امتیازی در نظر بگیرید.

محاسبه و ثبت خودکار امتیازها

قوانین امتیازدهی برای سیستم تعریف می‌شوند و بعد از آن خود سیستم کار را انجام می‌دهد. هر خرید، ثبت‌نظر یا معرفی به دوستان به‌صورت خودکار به مشتری امتیاز می‌دهد. این کار خطای انسانی را از بین می‌برد و سیستم همیشه دقیق می‌ماند.

به‌روزرسانی خودکار سطح مشتریان

نرم‌افزار CRM تشخیص می‌دهد مشتری چه زمانی باید ارتقا پیدا کند، سطحش حفظ شود یا پایین‌تر بیاید. این یکی از حساس ترین بخش‌های باشگاه مشتریان است که با CRM کاملاً اتوماتیک می‌شود. سطح مشتریان در صورتی که به یک امتیاز خاص برسند به صورت خودکار عوض می‌شود.

نمایش کامل وضعیت مشتری

با CRM همیشه تصویر واضحی از هر مشتری دارید؛ امتیازش چقدر است، در چه سطحی قرار دارد، آخرین خریدش چه بوده و چگونه رفتار می‌کند. این اطلاعات تصمیم‌گیری درباره مشتری را دقیق‌تر می‌کند و هنگام برقراری ارتباط با مشتری در هر زمینه‌ای به شما کمک می‌کند بهتر رفتار کنید.



ارسال پیام‌ها و اطلاع رسانی

اجرای تمام کمپین‌های وفاداری در باشگاه‌های مشتریان نیازمند سیستمی است که در زمان مناسب به صورت خودکار به مشتری پیام بفرستد. با افزایش امتیازات، تغییر سطوح یا اجرای برنامه‌های جدید با مشتریان خود به راحتی ارتباط برقرار کنید.

تحلیل و گزارش‌دهی دقیق

CRM اوج ابری هر زمانی که شما بخواهید نشان می‌دهد کدام امتیاز مشتری‌ها رشد داشته‌اند، کدام کمپین‌ها بیشتری سود را داشته‌اند و کدام قوانین امتیازدهی برای مشتریان جذاب‌تر بوده است. به این ترتیب می‌توانی بهترین تصمیم را برای بهبود امتیازدهی و باشگاه مشتریان خود داشته باشید.

برای **آموزش CRM** به صورت مستقیم و استفاده از امکانات ماژول وفاداری در باشگاه مشتریان اوج ابری، می‌توانید همین حالا تماس بگیرید، اکانت اختصاصی خود را بسازید و به صورت رایگان شروع به استفاده آزمایشی از اوج ابری 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. سطح بندی مشتری یعنی چه؟

۲. بهترین زمان برای راه اندازی باشگاه مشتریان چه زمانی است؟

صبا ضحیری / کارشناس تولید محتوا

علاقه مندی به دنیای فناوری و مدیریت کسب و کار در ساده سازی مفاهیم پیچیده و تبدیل آن‌ها به محتوای کاربردی همیشه مشوق من بوده است. با بررسی تازه ترین روندهای بازار و ترکیب آن با تجربه ای که در این راه همراه شده است تلاش می‌کنم در ارتقای دانش و بهبود تصمیم گیری‌های شما تاثیر مثبتی داشته باشم.



نظرات کاربران

دیدگاه‌ها را بنویسید

نام

ایمیل

دیدگاه *

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

فرستادن دیدگاه

عضویت



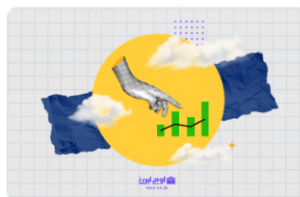
مقالات پیشنهادی



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.

