

انواع مدل‌های باشگاه مشتریان | راهنمای کامل انتخاب بهترین مدل

خلاصه مقاله:چند نوع باشگاه مشتریان داریم؟ باشگاه‌های مشتریان انواع مختلف با کارکردها و مزایای متفاوت دارند که هر کدام برای کسب و کارهایی با ویژگی‌های خاص متناسب هستند. با این مطلب همراه باشید تا با انواع مدل باشگاه مشتریان و عملکردهای آن‌ها آشنا شوید و برای راه‌اندازی باشگاه مشتریان خود کاملاً...



۶ دقیقه

زمان مطالعه

۱۴۰۴/۸/۲۵

آخرین بروز رسانی

صبا ضمیری

کارشناس تولید محتوا



جستجو

فهرست مطالب

چند نوع باشگاه مشتریان داریم؟

باشگاه مشتریان به طور خلاصه

انواع مدل باشگاه مشتریان بر اساس تقسیم بند...

انواع مدل باشگاه مشتریان بر اساس نوع عضو...

انواع مدل باشگاه مشتریان بر اساس سیستم با...

انواع خاص مدل باشگاه مشتریان

اشتراک گذاری



چند نوع باشگاه مشتریان داریم؟

باشگاه‌های مشتریان انواع مختلف با کارکردها و مزایای متفاوت دارند که هر کدام برای کسب و کارهایی با ویژگی‌های خاص متناسب تکرار خرید، پاداش‌های تشویقی مثل تخفیف یا امتیاز برای آنان در نظر می‌گیرد. این رویکرد علاوه بر ایجاد تجربه‌ای بهتر برای مشتریان، مزایای متعددی برای سازمان‌ها دارد که در مقاله‌ی **مزایای باشگاه مشتریان** به تفصیل بررسی شده است.

باشگاه مشتریان به طور خلاصه

باشگاه مشتریان سیستمی است که با هدف افزایش وفاداری همه یا گروهی از مشتریان یک کسب و کار، در ارزی انجام یک اقدام خاص مثل تکرار خرید، پاداش‌های تشویقی مثل تخفیف یا امتیاز برای آنان در نظر می‌گیرد. این رویکرد علاوه بر ایجاد تجربه‌ای بهتر برای مشتریان، مزایای متعددی برای سازمان‌ها دارد که در مقاله‌ی **مزایای باشگاه مشتریان** به تفصیل بررسی شده است.

انواع مدل باشگاه مشتریان بر اساس تقسیم بندی مشتریان+ مثال

باشگاه مشتریان بسته

این مدل باشگاه مشتریان از اعضای با ویژگی‌های خاص تشکیل شده است و معمولاً برای بهبود تجربه مشتریان قدیمی تر با مشتریان با ارزش طول عمر بالاتر مورد استفاده قرار می‌گیرد. در این نوع باشگاه‌ها فقط مشتریان که شرایط خاصی دارند می‌توانند عضو شوند و مجموعه‌ای از خدمات، محصولات و مزایای خاص به اعضای منتخب ارائه می‌شود.

مثال برندهای لوکس با تشکیل باشگاهی از مشتریان پرارزش و سودآور خود از آن‌ها در جشنواره‌ها و رویدادهای مختلف دعوت به عمل می‌آورند.

باشگاه مشتریان باز

برخلاف باشگاه مشتریان بسته در این مدل هر مشتری می‌تواند به عضویت باشگاه مشتریان در آید و از مزایای آن استفاده کند. در باشگاه مشتریان باز هر مشتری با اولین خرید، ثبت‌نام یا حتی فقط با وارد کردن اطلاعات خود می‌تواند عضو شود. معمولاً مزایای آن شامل امتیازدهی و تخفیف‌های ساده، ارسال خبرنامه‌ها و اطلاع‌رسانی درباره محصولات و خدمات جدید است.

مثال: فروشگاه‌های مختلف با جمع آوری اطلاعات هر مشتری آنان را عضو باشگاه مشتریان خود کرده و در ارزی مبلغ خریدی مشخص برای آنان تخفیف در نظر می‌گیرند.

انواع مدل باشگاه مشتریان بر اساس نوع عضویت+ مثال

باشگاه مشتریان رایگان

در این مدل از باشگاه مشتریان، کسب و کار بر اساس معیارهای مختلف مشتریان را تقسیم بندی کرده و بدون دریافت هزینه‌ای برنامه‌های وفادارسازی را برای آنان اجرا می‌کند.

مثال: اکثر برندهای خرده فروشی از مدل باشگاه مشتریان رایگان برای تشویق مشتریان خود به خرید بیشتر استفاده می‌کنند.

باشگاه مشتریان اشتراکی

این مدل باشگاه مشتریان برای حق عضویت از مشتریان به صورت دوره‌ای (ماهانه یا سالانه) مبلغی دریافت می‌کند و در ازای آن مزایایی مانند خدمات ویژه، ارسال رایگان یا تخفیف‌های قابل توجه ارائه می‌کند.

به عنوان مثال در کسب و کار بزرگی مثل دیجی کالا مشتریان می‌توانند با پرداخت مبلغی بیشتر به عضویت باشگاه مشتریان آن درآیند و از مزایایی مثل ارسال رایگان کالا بهره ببرند.

انواع مدل باشگاه مشتریان بر اساس سیستم پاداش‌دهی+ مثال

باشگاه مشتریان امتیازی

باشگاه مشتریان بر مبنای امتیاز، سیستمی است که با اختصاص امتیاز به اقدامات خاصی مشتری (مانند تکرار خرید) به مشتریان پاداشی مثل تخفیف یا هدیه در ازای این امتیازات ارائه می‌دهد.

مثال: کافی‌شاپ‌ها و رستوران‌ها در ازای هر بار خرید امتیازی را برای مشتری در نظر می‌گیرند و به عنوان مثال بعد از انجام ۵ خرید غذا، یک غذای رایگان به مشتریان وفادار خود هدیه می‌دهند. مدل‌های امتیازی در فروشگاه‌های خرده‌فروشی، کاربرد زیادی دارند و **باشگاه مشتریان برای فروشگاه پوشاک** یکی از نمونه‌های موفق آن است.

باشگاه مشتریان بر اساس سطح

در این باشگاه‌ها سطوح مختلف مثل نقره‌ای، برنزی و طلایی تعریف شده و مشتریان بر اساس اقدامات خاصی مثل خرید با تعامل به این سطوح ارتقا پیدا می‌کنند. هر سطحی مزایایی خاص مانند تخفیف یا امتیازات ویژه دارد که مشتریان می‌توانند از آن‌ها استفاده کنند.

مثال: در شرکت‌های هواپیمایی مسافری بر اساس امتیازهای جمع‌آوری شده به سطوح نقره‌ای، طلایی و برنزی تقسیم می‌شوند و خدمات اختصاصی مانند دسترسی به سالن VIP یا ترانسفر رایگان دریافت می‌کنند.

باشگاه مشتریان بر اساس بازی یا گیمیفیکیشن

در این مدل باشگاه مشتریان با استفاده از عناصر بازی‌سازی مثل امتیاز، مأموریت، شانس و... مشتری نه تنها از خرید و دریافت پاداش لذت می‌برد، بلکه تجربه‌ای سرگرم‌کننده و تعاملی با برند پیدا می‌کند. به این ترتیب، انگیزه و هیجان بیشتری برای عضویت در این باشگاه‌ها در خود احساس می‌کند.

ممن. بهیچیسسی معنیف ب معرفی برنوبهسی سسین به مسترین خود سسین بریجف معنیف ب استرپ ریدین صدیق می‌سند. بین گردونه‌های شانس می‌توانند در ابتدا رایگان و در صورت استفاده‌های بعدی مشمول هزینه یا انجام اقدامی مثل دعوت از دوستان شوند.

باشگاه مشتریان بر اساس بازگشت پول یا کسب یک

باشگاه‌های مشتریان می‌توانند انگیزی تکرار خرید یا انجام اقدامات دیگر توسط مشتریان خود را با عودت بخشی از مبلغ پرداختی آنان به شدت بالا ببرند. در این مدل باشگاه‌ها مشتریان پس از خرید، درصدی از مبلغ پرداختی خود را به‌صورت نقدی یا اعتبار خرید دوباره دریافت می‌کنند.

مثال: بعضی از بانک‌ها در باشگاه‌های مشتریان خود درصدی از تراکنش‌های مشتریان را به‌عنوان جایزه به حساب مشتری بازمی‌گردانند.

پیشنهاد ویژه

نرم‌افزار CRM اوج ایری را رایگان تجربه کنید.

شروع رایگان CRM

انواع خاص مدل باشگاه مشتریان

باشگاه مشتریان مشارکتی با افیلیت

باشگاه مشتریان مشارکتی نوعی از باشگاه‌های مشتریان است که در آن چند برند با همکاری با یکدیگر مزایا و پاداش‌هایی متنوع به مشتریان ارائه می‌دهند. در این مدل برنامه‌ها هر برند مشتریان خود را به برند دیگر معرفی کرده و با ایجاد شبکه‌ای از امتیازات متنوع، جذابیت بیشتری برای مشتریان فراهم می‌شود.

مثال: به عنوان مثال بعضی از شرکت‌های هواپیمایی با همکاری با هتل‌ها جشنواره‌های مختلف مسافرتی برای مشتریان وفادار خود اجرا می‌کنند که در نهایت موجب افزایش سوددهی هر دو برند می‌شود.

باشگاه مشتریان ارجاعی

برنامه‌های ارجاعی نوعی از برنامه‌های وفادارسازی مشتریان در باشگاه‌های مشتریان است که در ازای معرفی مشتریان جدید به مشتریان قدیمی امتیاز یا پاداش‌های دیگر ارائه می‌دهد. در باشگاه مشتریان ارجاعی معمولاً هم مشتری معرفی‌کننده و هم مشتری جدید از مزایا بهره‌مند می‌شوند.

مثال: بعضی از اپلیکیشن‌های سفارش غذا با ارائه‌ی کد خاص به هر یک از مشتریان وفادار، به آن‌ها و مشتریان جدیدی که از طریق این کد به اپلیکیشن پیوندند تخفیف ارائه می‌کند.

باشگاه مشتریان ترکیبی

هر کسب و کاری که داشته باشید مجبور نیستید تنها از یک مدل برنامه وفادارسازی در باشگاه مشتریان خود استفاده کنید. باشگاه شما می‌تواند ترکیبی از برنامه‌های ارجاعی در بر اساس امتیاز دهی یا یک باشگاه مشتریان بسته براساس سطوح مختلف باشد. همچنین می‌توانید برنامه‌های وفاداری را به صورت دوره‌ای و بر اساس نیاز بازار یا اهداف خود تغییر دهید.

باشگاه مشتریان یکپارچه

همان طور که گفته شد مدل‌های متنوعی از باشگاه‌های مشتریان وجود دارد که می‌توانند بر اساس شرایط هر کسب و کار انتخاب و اجرا شوند؛ اما چیزی که در نهایت استراتژی‌های وفادارسازی مشتریان را به موفقیت می‌رساند بهره مندی از داده‌ها و قدم گذاشتن در مسیر صحیح ارتباط با مشتریان است به طوری که مشتری احساس ارزشمندی کند و به راحتی بتواند به برند اعتماد نماید.

باشگاه مشتریان یکپارچه مدلی از استراتژی وفادارسازی مشتریان است که با نگاهی بلند مدت، تمام اطلاعات مشتریان، سوابق، مزایا و ارتباطات را در یک سیستم مرکزی مدیریت می‌کند تا با تجربه‌ای شخصی‌سازی شده برای مشتریان آنان را به نسبت به برند وفادارتر کند.

بهترین ابزار برای پیاده‌سازی باشگاه مشتریان یکپارچه برنامه CRM یا نرم‌افزارمدیریت ارتباط با مشتریان است که با ثبت و به اشتراک گذاری تمام داده‌های مهم درباره‌ی مشتریان می‌تواند شناخت عمیق‌تری از نیازها و رفتار مشتریان فراهم کند. ارتباطات را شخصی‌سازی نماید و ویژگی‌هایی مثل اتوماسیون‌سازی اقدامات خاص، بهره‌وری کمپین‌های مختلف وفاداری را افزایش دهد.

پس از انتخاب مدل مناسب، معمولاً سازمان‌ها به سراغ **خرید باشگاه مشتریان** می‌روند تا بتوانند آن را بر اساس نیازها و اهداف خود پیاده‌سازی کنند.

بیشتر بخوانید

کاربرد باشگاه مشتریان در کسب و کار های مختلف + مثال - اوج ایری

چگونه مدل باشگاه مشتریان مناسب کسب و کار خود را پیدا کنیم؟

قبل از انتخاب مدل مناسب باشگاه مشتریان برای کسب و کار خود بهتر است به سوالات زیر پاسخ دهید:

- هدف شما از راه اندازی باشگاه مشتریان چیست؟
اگر به دنبال افزایش تکرار خرید هستید مدل‌های امتیازی برای شما مناسب تر است و اگر به جذب مشتریان جدید اهمیت می‌دهید برنامه‌های افیلیت‌ها مدل‌های ارجاعی به شما کمک خواهند کرد.
- مشتریان شما چه ویژگی‌هایی دارند؟
اگر مشتریان قدیمی و ثابت دارید باشگاه مشتریان بسته با عضویت ویژه برای کسب و کار شما مناسب است و اگر حجم مشتریان ورودی شما به طور معمول زیاد است باید از باشگاه مشتریان باز استفاده کنید.
- چشم انداز شما چیست؟
هر مدلی از باشگاه مشتریان که انتخاب شما باشد بعد از گذشت مدت زمانی خاص نیاز به بهبود، گسترش، بازبینی و حتی تغییر دارد. استفاده از پلتفرم‌های مدیریت باشگاه مشتریان مثل خرید سامانه CRM به شما کمک می‌کند گزارشات مختلف از میزان بازدهی برنامه‌های باشگاه مشتریان خود را زیر نظر بگیرید و نقاط ضعف موجود را شناسایی و برطرف کنید.
- با راه اندازی یک باشگاه مشتریان یکپارچه به کمک **نرم‌افزار CRM** احتمال موفقیت برنامه‌های وفادارسازی خود را بالاتر می‌برید و از لحاظ گسترش آن در آینده نیز نگران نخواهید داشت.
- باشگاه مشتریان در نرم‌افزار سی آر ام تنها یکی از پر شمار مزایای آن است که در بخش وفادارسازی مشتریان به صورت هماهنگ و یکپارچه بیشترین تاثیرگذاری را خواهد داشت. با دوره نرم افزار CRM با تمام بخش های این سیستم و مزایای آن در کسب و کار خود آشنا خواهید شد تا نه تنها برای باشگاه مشتریان، بلکه برای مدیریت تمام بخش های کسب و کارتان بهترین تصمیم را بگیرید.
در سال‌های اخیر، کسب‌وکارها برای اجرای مدل‌های باشگاه مشتریان به سراغ روش‌های نوین رفته‌اند. یکی از این روش‌ها، **دستگاه باشگاه مشتریان** است که با کمک اتوماسیون و تحلیل داده، مدیریت ارتباط با مشتریان را هوشمندتر می‌کند.

دریافت PDF

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

دانلود PDF

سوالات متداول

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

کنفرانس تصویری اوج ابری و Google Meet چه تفاوتی در کاربرد دارند؟

از نظر کیفیت صدا و تصویر، کدام گزینه عملکرد بهتری دارد؟

آیا برای استفاده از کنفرانس اوج نیاز به نصب نرم‌افزار است؟

از نظر امنیت و حفظ داده، چه تفاوتی وجود دارد؟

کدام گزینه برای جلسات سازمانی مناسب‌تر است؟

در برقراری ارتباط تصویری، تفاوتی در سرعت اتصال وجود دارد؟

آیا امکان اشتراک‌گذاری صفحه در کنفرانس اوج وجود دارد؟

کدام سرویس از نظر هزینه استفاده به‌صرفه‌تر است؟

آیا کنفرانس اوج از مرورگرهای مختلف پشتیبانی می‌کند؟

آیا کنفرانس اوج می‌تواند جایگزین Google Meet در سازمان‌ها باشد؟

صبا ضعیبری / 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 همراهم شده است تلاش می‌کنم در ارتقای دانش و بهبود تصمیم‌گیری‌های شما تاثیر مثبتی داشته باشم.



نظرات کاربران

نام

ایمیل

دیدگاه *

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

فراستادن دیدگاه

ایمیل

عضویت

اشتراک گذاری

اشتراک گذاری

در خبرنامه ما عضو شوید

ایمیل

عضویت

مقالات پیشنهادی

۱۴۰۴/۰۷/۲۶ دقیقه ۷	۱۴۰۴/۰۸/۱۳ دقیقه ۱۴	۱۴۰۴/۰۷/۲۷ دقیقه ۸
باشگاه مشتریان	CRM	Odoo ERP
نرم‌افزار باشگاه مشتریان برای فروشگاه فرش ویژگی‌ها	بهترین نرم افزار CRM در سال ۲۰۲۵ نظرات کاربران + تحلیل کارشناسان	خرید و قیمت Odoo در ایران راهنمای کامل
خلاصه مقاله: چرا فروشگاه فرش شما به باشگاه مشتریان نیاز دارد؟ فروشگاه‌هایی که هنوز با روش‌های سنتی کار کنند، دارد برای مشتری تلاش می‌کنند که دیگر وجود ...	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 ...	خلاصه مقاله: تا به حال چند بار نام نرم‌افزارهای قدرتمند مختلف مثل Odoo به گوشتان خورده است؟ حتما شما هم به دنبال بهترین گزینه‌ها برای رشد و ...

با ما در شبکه‌های اجتماعی در ارتباط باشید.

مازول‌ها و امکانات	CRM برای مشاغل	منابع و راهنما	شرکت	راه‌های ارتباطی
مخاطبین	شرکت‌های بیمه	مقالات	پشتیبانی	مشهد، دستگیر ۳۵، پلاک ۱۴، طبقه ۲
معاملات	آژانس‌های مسافرتی	کتاب‌ها	تماس با ما	ایمیل: info@amootsoft.com
پشتیبانی	بنگاه‌های معاملاتی	ویدیوها	مشاوره رایگان	شماره تماس: +۹۸-۹۱۴۰۳۷۰۰
کارمندان	شرکت‌های بازرگانی	مقایسه‌ها	درباره اوج ابری	
ساعت کارکرد	رستوران‌ها و کافی‌شاپ‌ها	آکادمی اوج	توافقی نامه	
مدیریت فروش	سالی‌ها و کلیتیک‌های زیبایی	CRM چیست	فوتابین و مقررات	

