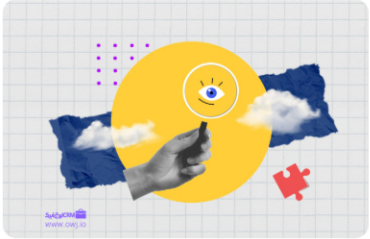


کاربرد باشگاه مشتریان در کسب و کار های مختلف + مثال

خلاصه مقاله: باشگاه مشتریان چیست؟ باشگاه مشتریان برنامه‌ای اختصاصی است که یک کسب و کار با هدف ایجاد رابطه‌ای عمیق تر با بخشی از مشتریان خود آن را اجرا می‌کند.. این برنامه می‌تواند در قالب ارائه‌ی ارزشی مثل تخفیف، هدیه، برنامه‌های مناسبتی ...



۱۴۰۴/۱۰/۰۳
آخرین بروز رسانی

۶ دقیقه
زمان مطالعه

صبا ضمیری
کارشناس تولید محتوا

جستجو

در خبرنامه ما عضو شوید

ایمیل

عضویت

در بازار رقابتی امروز تنها ارائه‌ی یک محصول با کیفیت برای بقا کافی نیست. طراحی برنامه‌های وفاداری مشتری با القای حس قدردانی و پاداش دهی به مشتریان از مهم ترین استراتژی‌های کسب و کارهای مدرن محسوب می‌شوند که با ترکیب با ابزارهای تکنولوژی‌محور می‌توانند بیشترین کاربرد را برای افزایش سوددهی کسب و کارهای مختلف به ارمغان بیاورند.پیش از هر اقدامی، توجه به **ایده باشگاه مشتریان** می‌تواند مسیر اجرای این استراتژی را شفاف‌تر و اصولی‌تر کند.

باشگاه مشتریان چیست؟

باشگاه مشتریان برنامه‌ای اختصاصی است که یک کسب و کار با هدف ایجاد رابطه‌ای عمیق تر با بخشی از مشتریان خود آن را اجرا می‌کند.. این برنامه می‌تواند در قالب ارائه‌ی ارزشی مثل تخفیف، هدیه، برنامه‌های مناسبتی و... مشتریان را تشویق کند خرید خود را تکرار کنند یا به تعامل با کسب و کار ادامه دهند.

چرا باشگاه مشتریان برای کسب و کارها مهم است؟

افزایش سوددهی: اجرای برنامه‌هایی مثل ارائه‌ی تخفیف در صورت رسیدن به مبلغ خرید خاص می‌تواند مستقیماً فروش و سوددهی کسب و کار را افزایش دهد. علاوه بر این باشگاه مشتریان با القای حس ارزشمندی به مشتریان به طور کلی احتمال خرید و ارزش سبد خرید آنان را افزایش می‌دهد.

کاهش هزینه‌های جذب مشتری

جذب یک مشتری جدید هزینه‌ای چندبرابر در مقابل نگهداشت یک مشتری فعلی دارد، در حالی که ارزش یک مشتری وفادار بسیار بیشتر از یک مشتری جدید است. با اجرای برنامه‌های وفاداری در باشگاه مشتریان می‌توانید مشتریان ارزشمند را شناسایی کنید و مطمئن شوید آنان برند شما را ترک نخواهند کرد.

بهبود تجربه

کسب وکارها می‌توانند از طریق باشگاه مشتریان می‌توانند محصولات و خدمات جدید را در ابتدا به مشتریان وفادار معرفی کنند، محتواهای مخصوص ارسال کنند یا رویدادهای خاص تدارک ببینند. این اقدامات به طور کلی تجربه مشتریان از تعامل با برند را بهبود می‌بخشد و با افزایش وفاداری ثبات برند در بازار را تا حدود زیادی تضمین می‌کند.

رشد وفاداری

مشتریان وفادار معمولاً راحت تر محصولات و خدمات جدید را امتحان می‌کنند و حاضر اند بیشتر برای آن‌ها هزینه کنند. تحقیقات نشان داده است مشتریانی که عضو باشگاه مشتریان یک برند می‌شوند معمولاً ۲ تا ۵ برابر بیشتر خرید می‌کنند. ایجاد باشگاه مشتریان باعث افزایش وفاداری، کاهش ریزش و بهره‌مندی از **مزایای باشگاه مشتریان** برای رشد پایدار می‌شود.

بهبود برندینگ

مشتریان وفادار معمولاً تجربه‌ی مثبت خود را با دیگران به اشتراک می‌گذارند و موجب ایجاد یک موج مثبت درباره‌ی یک کسب و کار می‌شوند.

کاربرد باشگاه مشتریان برای رستوران و کافه‌ها

با استفاده از باشگاه مشتریان رستوران‌ها و کافی شاپ‌ها می‌توانند....

- به مشتریان خود امکان دهند بعد از یک سقف مشخص خرید، کوپن تخفیف دریافت کنند.
- بعد از ثبت نام مشتری برای آنان پیام خوش آمدگویی ارسال کنند.
- در مناسبت‌های خاص پیام اختصاصی به مشتری ارسال کنند.
- درباره منو جدید یا جشنواره‌ها به آنان اطلاع رسانی کنند..
- منوهای خود را بر اساس رفتار مشتریان بهینه‌سازی کنند.

کاربرد باشگاه مشتریان برای دفاتر بیمه

- با استفاده از باشگاه مشتریان دفاتر بیمه می‌توانند....
- برای تمدید زودهنگام امتیاز و تخفیف اختصاص دهند.
- برای تمدید بیمه یادآوری مخصوص ارسال کنند.
- پیام‌های مناسبتی ارسال کنند.
- محتوای آموزشی مثل راهنمای خسارت ارائه دهند.
- درباره‌ی طرح‌های بیمه‌ای جدید اطلاع رسانی کنند.

کاربرد باشگاه مشتریان برای کسب و کارهای آنلاین

با استفاده از باشگاه مشتریان کسب و کارهای آنلاین می‌توانند....

- پیشنهادهای اختصاصی مثل محصولات پر تخفیف ارائه دهند.
- تخفیف‌ها و کمپین‌ها را از طریق ایمیل یا پیامک اطلاع رسانی کنند.
- پیام‌های مناسبتی مثل تبریک تولد ارسال کنند.
- سبد خرید رها شده را به مشتریان یادآوری کنند.
- امتیاز اضافه برای خریدهای بالاتر از یک مبلغ مشخص در نظر بگیرند.
- پیشنهاد محصول مکمل ارسال کنند.





کاربرد باشگاه مشتریان برای فروشگاه‌ها

با استفاده از باشگاه مشتریان فروشگاه‌ها می‌توانند...

- کارت‌ها وفاداری ارائه دهند.
- سیستم امتیازدهی به هر خرید را پیاده‌سازی کنند.
- تخفیف ویژه برای افراد خاص در مناسبت‌های خاص در نظر بگیرند.
- پیشنهادات را با توجه به اطلاعات مشتریان شخصی‌سازی کنند.
- با بسته‌های ترکیبی میانگین ارزش خرید مشتریان را بالاتر ببرند.
- جشنواره‌ها و تخفیف‌های مختلف را اطلاع رسانی کنند.
- برنامه‌های پاداش دهی در صورت معرفی مشتری جدید را پیاده‌سازی کنند.

کاربرد باشگاه مشتریان برای آژانس‌های هواپیمایی

با استفاده از باشگاه مشتریان آژانس‌های هواپیمایی می‌توانند...

- برای خرید بلیت امتیاز اختصاص دهند.
- مقصدهای محبوب مشتریان شناسایی کنند و پیشنهاد دهند.
- تخفیف‌های ویژه برای فصول پر سفر در نظر بگیرند.
- خدماتی مثل ترانسفر فرودگاهی یا بیمه به مشتریان ارزشمند ارائه کنند.
- امکان رزرو تورهای پرطرفدار ابتدا در اختیار اعضای باشگاه مشتریان قرار دهند.

کاربرد باشگاه مشتریان برای کلینیک‌های زیبایی

با استفاده از باشگاه مشتریان کلینیک‌های زیبایی می‌توانند...

- پیکیج‌های شخصی‌سازی شده برای مشتریان طراحی کنند.
- تحقیقات دوره‌ای در نظر بگیرند.
- جلسات دوره‌ای را به مشتریان خاص یادآوری کنند.
- سطوح مختلف طراحی و برای هر سطح خدمات ویژه در نظر بگیرند.
- خدمات مکمل را معرفی کرده و پیشنهاد دهند.
- امتیاز برای معرفی مشتریان جدید در نظر بگیرند.
- با ایجاد احساس تعلق به یک گروه احساس وفاداری در مشتریان را تقویت کنند.

[بیشتر بخوانید](#)

[نرم افزار باشگاه مشتریان برای کلینیک زیبایی | معرفی و انتخاب - اوج ابری](#)

کاربرد باشگاه مشتریان برای داروخانه‌ها

با استفاده از باشگاه مشتریان داروخانه‌ها می‌توانند...

- برای بیماران با نسخه‌های دائمی یادآور ارسال کنند.
- برای خریدهای خاص تخفیف در نظر بگیرند.
- طرح‌های مختلف را اطلاع رسانی کنند.
- روی مکمل‌ها یا محصولات بهداشتی تخفیف ویژه بگذارند.

باشگاه مشتریان برای باشگاه‌های ورزشی و بدنسازی

با استفاده از باشگاه مشتریان باشگاه‌های بدنسازی می‌توانند...

- برای تمدید اشتراک توسط اعضا تخفیف یا امتیاز در نظر بگیرند.
- برای تعداد جلسات مشخص در یک بازه زمانی پاداش تعیین کنند.
- طرح‌های ترکیبی شامل برنامه تغذیه+ کلاس ورزشی در نظر بگیرند.
- برای جلسات پیام یادآوری ارسال کنند.
- با توجه به مشخصات اعضا کلاس‌های ورزشی را پیشنهاد دهند.
- پیام‌های مناسبی مثل تبریک تولد ارسال کنند.

راه‌اندازی باشگاه مشتریان در ۲ گام

تعیین اهداف باشگاه مشتریان

اهدافی مثل افزایش وفاداری مشتریان یا تکرار خرید را با توجه به کسب و کار خود تعیین کنید. همچنین مشتریان خود را بررسی کنید، معمولاً چندبار از شما خرید می‌کنند؟ در چه زمان‌هایی میزان خرید آنان افزایش یا کاهش پیدا می‌کند؟ از چه کانال‌هایی مایل اند با شما در ارتباط باشند؟ آیا مزایایی مثل تخفیف برای آنان جذاب است یا خدمات ویژه مثل ارسال رایگان؟

تهیه نرم‌افزار سی آر ام

بهترین پلتفرم برای پیاده‌سازی برنامه‌های وفاداری در کسب و کارهای مختلف نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتریان یا CRM شناخته شده است. این سیستم با جمع‌آوری اطلاعات مشتریان شما و به اشتراک گذاری آن‌ها در تمام کسب و کار به بهبود روابط و افزایش رضایت و وفاداری مشتریان کمک می‌کند. نرم‌افزارهای سی آر ام با بخشی تحت عنوان باشگاه مشتریان به شما کمک می‌کنند مشتریان خود را بر اساس ویژگی‌های مختلف مثل سابقه‌ی خرید یا علاقه مندی‌ها تقسیم‌بندی کنید و برای هر گروه برنامه‌ای ویژه و شخصی‌سازی شده طراحی نمایید.

این نرم‌افزار شامل مجموعه‌ای گسترده از ابزارها یا ماژول‌هاست که در ارتباط با یکدیگر به بهبود کیفیت فرآیندها و ارتباطات کمک می‌کنند.

به عنوان مثال در ماژول باشگاه مشتریان نرم‌افزار سی آر ام اوج ابری می‌توانید برنامه وفاداری خود را طبق مراحل زیر پیاده‌سازی کنید.

۱. مشتریان خود را طبق رفتار خرید یا ویژگی‌های شخصی تقسیم‌بندی کنید
۲. استراتژی‌های وفاداری برای ترغیب مشتری به تکرار خرید مثل تخفیف مستقیم، کوپن، سطح بندی مشتری، سیستم امتیازدهی و... را تعریف کنید.
۳. با یکپارچه‌سازی سی آر ام با پنل‌های پیامک یا درگاه‌های ایمیل برنامه‌های باشگاه مشتریان را به اعضا اطلاع رسانی کنید.
۴. با ایجاد کانال‌های ارتباطی بین اعضا باشگاه مشتریان و شما می‌توانید به راحتی با آنها در ارتباط باشید و به راحتی با آنها در ارتباط باشید.

۴. با استفاده از «سبک‌های نوشتاری» در سیستم سی آر ام، بخش‌های مختلف یا «سبک‌های نوشتاری» خود را ساختار دهید.

۵. از مشتریان خود در صورت نیاز نظرسنجی کنید و با استفاده از گزارشات تحلیلی عملکرد کمپین‌های خود را ارزیابی کنید و در طی زمان آن‌ها را بهبود ببخشید.

در این مرحله استفاده از **دستگاه باشگاه مشتریان** باعث می‌شود بسیاری از فرآیندها به‌صورت خودکار انجام شود و زمان کمتری از مدیران کسب‌وکار بگيرد.

مهم ترین ویژگی‌های نرم افزار باشگاه مشتریان

- مشتریان باید به برنامه‌ها و سیستم کاری شما را درک کنند. بهتر است قوانین پیچیده را کنار بگذارید.
- پاداش‌ها باید برای مشتریان جذاب باشد، بهتر است قبل از راه‌اندازی باشگاه نیازها و علاقه‌مندی‌های مشتریان خود را به خوبی بشناسید. برنامه‌های تخفیف مستقیم برای خرید بعدی برای کالاهای مصرفی یا روزانه بازدهی خوبی دارند، در حالی که برای کالاهای لوکس یا خریدهای سنگین سیستم امتیازدهی مرحله‌ای یا برنامه ارجاع مشتری جدید می‌تواند جذاب تر باشد.
- نرم‌افزار سی آر ام بهترین فرصت را برای شخصی‌سازی تجربه‌ی مشتری در اختیار شما قرار می‌دهد. با تحلیل داده‌ها بهترین پیشنهادات را برای مشتریان خود انتخاب کنید و با شخصی‌سازی پیام‌ها (مثل اضافه کردن نام مشتری در ابتدای پیام) نرخ مشارکت در کمپین‌های خود را بالا ببرید.
- با مشتریان ارتباط مستمر و فعال داشته باشید. برنامه‌های متنوعی اجرا کنید و با ارسال پیام‌های مناسبی در ذهن مشتریان ماندگار شوید.

استفاده از **نرم افزار CRM اوج** می‌تواند در کنار باشگاه مشتریان، تجربه‌ی یکپارچه‌ای از مدیریت ارتباط با مشتریان ایجاد کند.

چک لیست کاربرد نرم افزار باشگاه مشتریان برای کسب و کارها

قبل از انتخاب پلتفرم مناسب برای راه‌اندازی باشگاه مشتریان سازمان خود حتما چک کنید موارد زیر جز امکانات نرم‌افزار انتخابی شما باشد:

- تعریف قوانین مختلف امتیازدهی
- امکان تعریف سطوح وفاداری
- دسته‌بندی مشتریان
- امکان تعریف کمپین اختصاصی برای هر گروه مشتری
- ارسال پیامک، ایمیل یا نوتیفیکیشن اپلیکیشن به اعضا
- یادآوری تمدید اشتراک، زمان خرید بعدی یا امتیاز باقی‌مانده
- داشبورد مدیریتی با نمایش آمار کلیدی

در حوزه آموزش نیز، استفاده از **نرم افزار باشگاه مشتریان مدارس** به ایجاد ارتباط مؤثر با دانش‌آموزان و والدین کمک می‌کند.

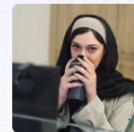
دریافت PDF

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

دانلود PDF

صبا ضعیزی / 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 *

فرستادن دیدگاه

بسیار ممنونم چه بسا:

چرا باشگاه مشتریان برای کسب و کارها مهم است؟

کاربرد باشگاه مشتریان برای رستوران و کافه‌ها

کاربرد باشگاه مشتریان برای دفاتر بیمه

کاربرد باشگاه مشتریان برای کسب و کارهای آنلاین

کاربرد باشگاه مشتریان برای فروشگاه‌ها

کاربرد باشگاه مشتریان برای مراکز خدمات مشتریان



اشتراک گذاری

مقالات پیشنهادی



نقش امتیازات و سطح‌بندی در جذب و نگهداشت مشتری در باشگاه مشتریان

خلاصه مقاله: امتیازات باشگاه مشتریان چیست؟ سیستم امتیازدهی و سطح‌بندی مشتریان در باشگاه مشتریان یک سازوکار برای هدایت رفتار مشتریان به سمت اقدام مد نظر کسب وکار ...

باشگاه مشتریان استاندارد و ویژگی‌های ضروری برای جذب و حفظ مشتریان

خلاصه مقاله: تعریف باشگاه مشتریان باشگاه مشتریان راه حلی برای وفادارسازی مشتریان است که با ارائه‌ی پاداش‌های متنوع تلاش می‌کند از ریزش مشتریان جلوگیری کند. در باشگاه‌های ...

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 ...

با ما در شبکه‌های اجتماعی در ارتباط باشید.



ماژول‌ها و امکانات	CRM برای مشاغل	منابع و راهنما	شرکت	راه‌های ارتباطی
مخاطبین	شرکت های بیمه	مقالات	پشتیبانی	مشهد، دستغیب ۳۵، بین بیستون ۶ و ۸، پلاک ۳۴، طبقه ۲
معاملات	آژانس‌های مسافرتی	کتاب‌ها	تماس با ما	ایمیل: info@amootsoft.com
پشتیبانی	بنگاه‌های معاملاتی	وب‌دیوها	مشاوره رایگان	شماره تماس: ۰۲۱-۹۱۳۰۳۷۰۰
کارمندان	شرکت های بازرگانی	مقایسه‌ها	درباره اوج ابری	
ساعت کارکرد	رستوران‌ها و کافه‌شاپ‌ها	قیمت نرم افزار crm	توافق نامه	
مدیریت فروش	سالن‌ها و کلینیک‌های زیبایی	چپست CRM	قوانین و مقررات	
مشاهده تمام ماژول‌ها	مشاهده CRM برای شغل شما	دستگاه ذخیره شماره مشتری	سیاست حریم خصوصی	

