

برنامه‌های امتیازدهی ساده و تفاوت آن با باشگاه مشتریان

خلاصه مقاله: مزایا و محدودیت‌های برنامه‌های امتیازدهی ساده نسبت به باشگاه مشتریان طرح‌های امتیازدهی ساده مثل در نظر گرفتن تخفیف برای خرید بعدی، سریع راه اندازی می‌شوند و بدون نیاز به سیستم‌های مدیریتی هزینه ای کمتر نیز دارند. همچنین معمولاً در کوتاه‌مدت می‌توانند تکرار خرید را افزایش دهند. اما این طرح‌ها بیشتر...

صبا ضمیری
کارشناس تولید محتوا

۱۴۰۴/۰۹/۱۵
آخرین بروز رسانی

۵ دقیقه
زمان مطالعه

جستجو

فهرست مطالب

مزایا و محدودیت‌های برنامه‌های امتیازدهی ساده...
تفاوت باشگاه مشتریان و برنامه‌های امتیازدهی ...
برنامه‌های امتیازدهی ساده در مقایسه با باشگاه ...
مقایسه عملکرد برنامه‌های امتیازدهی ساده و با...

تا به حال به این فکر کرده‌اید که چرا بعضی از طرح‌های امتیازدهی، با وجود هزینه‌های سنگین برای کسب و کار، باز هم جذابیتی برای مشتریان ایجاد نمی‌کنند؟ کمپین‌هایی که بعد از چند ماه تبدیل می‌شوند به یک ابزار تکراری که نه مشتری را به چیزی تشویق می‌کنند و نه فروش را تکانی می‌دهد.

باشگاه مشتریان، برخلاف این سیستم‌های خطی امتیازدهی، یک رویکرد جامع‌تر است که بر پایه اطلاعات، شخصی‌سازی طراحی می‌شود و با هماهنگی با داده‌های مشتریان، هدفش ساخت یک رابطه بلندمدت و افزایش ارزش طول عمر مشتری است. با این مقاله همراه باشید تا تفاوت اساسی این دو سیستم را بررسی کنیم.

🗨️

📖

🔖

🔗

مزایا و محدودیت‌های برنامه‌های امتیازدهی ساده نسبت به باشگاه مشتریان

طرح‌های امتیازدهی ساده مثل در نظر گرفتن تخفیف برای خرید بعدی، سریع راه اندازی می‌شوند و بدون نیاز به سیستم‌های مدیریتی هزینه ای کمتر نیز دارند. همچنین معمولاً در کوتاه‌مدت می‌توانند تکرار خرید را افزایش دهند.

اما این طرح‌ها بیشتر رابطه‌ای معامله‌ای می‌سازند و باید دائم برای ادامه این رابطه پول خرج کنند. از طرفی خیلی زود جذابیت خود را از دست می‌دهند، امکان شخصی‌سازی یا تحلیل دقیق رفتار مشتری در آن‌ها محدود است و به‌دردت با قرآیندهای دیگر مثل استراتژی‌های فروش یکپارچه می‌شوند.

درحالی‌که امتیازدهی‌های ساده برای بعضی کسب و کارها مناسب‌اند، به‌تنهایی نمی‌توانند ارزش بلندمدت یا وفاداری برای مجموعه‌های خاص یا مشتریان ارزشمند یا پر تعداد ایجاد کنند.

اینجاست که مفهومی به نام باشگاه مشتریان به دنیای کسب و کار معرفی می‌شود.

باشگاه مشتریان چیست؟

باشگاه مشتریان یعنی شروع رویکردی که در آن کسب و کار تلاش می‌کند با مشتری رابطه طولانی‌مدت بسازد، نه فقط این که یک بار او را به خرید ترغیب کند. سیستم باشگاه مشتریان با شناخت بهتر مشتری، ارائه پیشنهادهای و مزایای مناسب و حفظ ارتباط مداوم، کمک می‌کند مشتری احساس کند برای برند مهم است و نباید ارتباط خود را با آن تمام کند.

99 Rob Markey استراتژیست بین المللی حوزه کسب و کار

۱۴۰۴/۰۹/۱۵

وفاداری فقط تکرار خرید نیست؛ وفاداری یعنی اعتماد، ارتباط احساسی و رابطه‌ی مستمر میان مشتری و برند.

مفهوم برنامه‌های امتیازدهی ساده

برنامه‌های امتیازدهی ساده یا خطی، استراتژی‌های ساده ای هستند که به مشتریان در ازای خرید مجدد امتیاز یا تخفیفی ارائه می‌دهند تا مشتری برای انجام خرید بعدی خود انگیزه ای داشته باشد. در این مدل‌های امتیازدهی، امتیازات و تخفیفات برای تمام مشتریان یکسان است.

تفاوت باشگاه مشتریان و برنامه‌های امتیازدهی ساده

نوع تعامل و وفادارسازی

- در طرح‌های امتیازدهی ساده، تعامل بین برند و مشتری شبیه یک معامله کوتاه‌مدت است و وفاداری در این مدل بیشتر روی محرک‌های مالی بنا می‌شود. او فقط برای پاداش وارد رابطه شده، نه برای خود برند.
- در باشگاه مشتریان تعامل فقط به لحظه خرید محدود نیست و با شناخت رفتار هر مشتری، طراحی تجربه اختصاصی، سطح‌بندی، مزایای غیرمالی و ارتباط مداوم، این سیستم تاثیرگذاری بیشتری خواهد داشت.

پیشنهادهای و امتیازها

- در برنامه‌های امتیازدهی ساده، مشوق‌ها معمولاً عمومی هستند: تخفیف، کوپن، هدیه یا امتیاز خرید. پیشنهادهای خیلی سریع قابل پیش‌بینی و تکراری می‌شوند.
- در باشگاه مشتریان، مشوق‌ها هوشمندانه طراحی می‌شوند و فقط بحث جایزه نیست. امتیازات بر اساس رفتار، سابقه خرید، ترجیحات و سطح مشتری شکل می‌گیرند. مزایایی مثل امکانات ویژه یا دسترسی اختصاصی به محصولات خاص در باشگاه مشتریان برای مشتریان ارزشمند در نظر گرفته می‌شود.

پیچیدگی و وابستگی به تکنولوژی

- در طرح‌های امتیازدهی ساده، میزان پیچیدگی کم است و با یک سیستم محاسبه امتیاز و نهایتاً یک پزل پیامکی و کد تخفیف قابل اجراست.
- باشگاه مشتریان به داده‌ها وابسته است. این سیستم نیاز دارد به نرم‌افزار سی ار ام شما متصل شود تا به رفتار و سابقه خرید مشتریان دسترسی داشته باشد، بعد از آن می‌تواند مشتریان را بر اساس معیارهای خاص تقسیم بندی کد و برای هر گروه شخصی‌سازی‌های لازم را انجام دهد. با استفاده از این سیستم، باشگاه مشتریان هماهنگ با بخش‌های دیگر کسب و کار شما با مشتریان ارتباط بهتری خواهد داشت.

سیستم باشگاه مشتریان پیچیده تر است اما عمیق تر روی مشتریان تاثیر می‌گذارد.

برنامه‌های امتیازدهی ساده در مقایسه با باشگاه مشتریان / از نگاه مشتری

برای توضیح بهتر، خوب است که این دو سیستم را از دیدگاه مشتریان نیز بررسی کنیم. جدول زیر به سادگی نشان می‌دهد که چرا برنامه‌های امتیازی که بدون توجه به ویژگی‌های مشتریان طراحی می‌شوند، جواب نمی‌دهند.

پیشنهاد ویژه

نرم افزار CRM اوج ابری را رایگان تجربه کنید.

شروع رایگان CRM

دینگاه مشتری	امتیازدهی خطی	باشگاه مشتریان
تصویر ذهنی	هر ۳ خرید = ۵٪ تخفیف	«امروز روی محصول مورد علاقتون، یعنی قهوه‌های تلخ ۲۰٪ تخفیف دارید»
نوع رابطه با برند	معامله‌ای «یک خرید می‌کنم، یک امتیاز می‌گیرم»	رابطه‌ای و تعاملی «به‌خاطر سابقه خریدهام وارد سطح طلایی شدم»
جذابیت در طول زمان	امتیاز و تخفیف تکراری	هر ماه مزایا، ماموریت‌ها و پیشنهادهای جدید
حس تعلق	من فقط یک مشتری معمولی هستم. «همه همین امتیاز را می‌گیرند»	حس منحصربه‌فرد بودن «در تولدم هدیه اختصاصی می‌گیرم»
احتمال انتخاب رقبا	اگه جایی تخفیف بیشتری بده، از اونجا خرید می‌کنم»	«مزایای زیادی دارم که مخصوص منه، برند خواشش به رضایت من هست»

مقایسه عملکرد برنامه‌های امتیازدهی ساده و باشگاه مشتریان برای کسب و

کارهای مختلف

شاید تصور کنید که راه اندازی یک برنامه امتیازدهی ساده، به دلیل هزینه‌ی کم آن و عدم نیاز به سیستم‌های مدیریتی، بهترین گزینه باشد اما تجربه ثابت کرده است که اگر همین برنامه‌های ساده را به درستی مدیریت نکنید نه تنها در فروش رشدی نخواهید دید بلکه ممکن است به تجربه‌ی مشتریان آسیب بزنید و آن‌ها را از دست بدهید.

حتی اگر در شروع کار هستید، بهتر است باشگاه مشتریان را در آینده‌ای نزدیک وارد فرآیندهای کسب و کار خود کنید تا هیچ نگرانی از بابت افزایش تعداد مشتریان یا بالا رفتن ارزش طول عمر آنان نداشته باشید.

۹۹ نقل قول
۱۴۰۴/۰۹/۱۵
۸۳ درصد از کسب‌وکارهایی که بازگشت سرمایه برنامه وفادارسازی خود را اندازه‌گیری کرده‌اند، گزارش داده‌اند که نتیجه مثبت گرفته‌اند. آن‌ها گفته‌اند طرح باشگاه مشتریان برایشان ۵.۲ برابر بیشتر از هزینه‌اش درآمد ایجاد کرده است.

در ادامه توضیح می‌دهیم که هر مدل کسب و کار، چگونه می‌تواند به بهترین شکل وفاداری مشتریان را کنترل کند

کسب‌وکارهای کوچک و متوسط

کسب‌وکارهای کوچک معمولاً از طرح‌های امتیازدهی ساده شروع می‌کنند چون برای تست بازار و واکنش مشتری مناسب است و می‌توان داده‌های اولیه خوبی از آن جمع‌آوری کرد. وقتی کسب‌وکار وارد فاز رشد می‌شود؛ مثلاً تعداد مشتری‌ها بیشتر می‌شود، داده‌ها قابل تحلیل می‌شود یا هزینه جذب مشتری بالا می‌رود، مدل امتیازدهی دیگر جواب نمی‌دهد. در این مرحله، **برای افزایش طول عمر مشتریان ارزشمند و کاهش ریزش مشتری، باید به فکر یک باشگاه مشتریان بود.** بهترین راه حل این است که برای مدیریت همین طرح‌های امتیازدهی ساده هم از سیستم‌های مدیریت باشگاه مشتریان استفاده کنید و در مراحل بعدی برنامه‌های آن را ارتقا دهید.

برندهای بزرگ

در کسب و کارهای بزرگ که به یک ثبات نسبی در بازار رسیده اند، مشتریان فعلی ارزش زیادی برای آنان دارند. در این مدل سازمان‌ها امکان رقابت قیمتی خیلی وجود ندارد و می‌تواند حتی به شهرت برند آنان لطمه وارد کند. به این ترتیب نیاز است که **به جای قیمت و تخفیف، روی تجربه مشتری فعلی کار شود؛** این مجموعه‌ها نیاز به سیستمی دارند که نگهداشت مشتریان ارزشمند را برای آنان تضمین کند. **خرید نرم افزار CRM** برای این کسب و کارها بهترین گزینه است، چون باشگاه مشتریان را هماهنگ با تمام بخش‌های دیگر کسب و کار مدیریت می‌کند و بهترین گزینه برای وفادارسازی مشتریان شناخته می‌شود.

بهترین نرم افزار باشگاه مشتریان

اگر بدانید **CRM چیست** به راحتی درک می‌کنید که چرا باید تمام فرآیندهای مرتبط با مشتریان خود را به آن بسپارید. نرم افزار سی آر ام سیستمی است که ماموریت دارد در تمام بخش‌های سازمان، کیفیت ارتباط با مشتریان را به بالاترین حد ممکن برساند. در واقع این نرم افزار با ابزارهای گوناگون خود به اعضای تیم‌های مختلف شما کمک می‌کند به بهترین شکل با مشتریان ارتباط برقرار کنند و با افزایش رضایت مشتریان، فروش را بیشتر کنند.

یکی از این ابزارهای سی آر ام، باشگاه مشتریان یا ماژول وفاداری آن است که به کسب و کار امکان می‌دهد مشتریان خود را تقسیم بندی کند و با دسترسی به داده‌های مشتریان که توسط بخش‌های دیگر کسب و کار جمع‌آوری شده است، ارتباط با او را شخصی‌سازی کند.

اگر به دنبال راه حل برای راه اندازی یک باشگاه مشتریان حرفه ای هستید، یا حتی برای اجرای برنامه‌های امتیازدهی ساده نیاز به یک سیستم قابل اطمینان دارید، توصیه می‌کنیم امکانات **نرم افزار CRM اوج ابری، جامع ترین سی آر ام ایرانی** را بررسی کنید. اوج ابری تمام ویژگی‌های لازم برای نگهداشت مشتریان و اجرای برنامه‌های مختلف برای وفادارسازی آنان را به شما ارائه می‌دهد.

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 سوالات متداول پیدا نکردید، می‌توانید با تیم پشتیبانی ما تماس بگیرید.

۱. تفاوت اصلی باشگاه مشتریان با سیستم امتیازدهی ساده چیست؟
۲. چرا طرح‌های امتیازدهی ساده بعد از مدتی کارایی خود را از دست می‌دهند؟
۳. آیا برای اجرای باشگاه مشتریان حتماً باید از CRM استفاده کنم؟
۴. آیا باشگاه مشتریان هزینه بیشتری نسبت به برنامه‌های امتیازدهی ساده دارد؟

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



نظرات کاربران

دیدگاهتان را بنویسید

ایمیل

نام

دیدگاه *

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

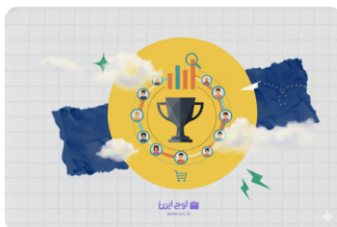
فرستادن دیدگاه

در خبرنامه ما عضو شوید

ایمیل

عضویت

مقالات پیشنهادی



باشگاه مشتریان ۶ دقیقه، ۱۴۰۴/۰۹/۰۵

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 ...



باشگاه مشتریان ۷ دقیقه، ۱۴۰۴/۰۹/۰۵

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 ارائه پاداش‌های متنوع تلاش می‌کند از ریزش مشتریان جلوگیری کند. در باشگاه‌های ...



باشگاه مشتریان ۷ دقیقه، ۱۴۰۴/۰۹/۰۹

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 و کار ...

مآزول‌ها و امکانات	CRM برای مشاغل	منابع و راهنما	شرکت	راه‌های ارتباطی
مخاطبین	شرکت های بیمه	مقالات	پشتیبانی	مشهد، دستقیب 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	شرکت های بازرگانی	مقایسه‌ها	درباره اوج ابری	   
ساعت کارکرد	رستوران‌ها و کافی‌شاپ‌ها	قیمت نرم افزار crm	توافق نامه	   
مدیریت فروش	سالن‌ها و کلینیک‌های زیبایی	چیسیت CRM	قوانین و مقررات	   
مشاهده تمام مآزول‌ها	مشاهده CRM برای شغل شما	دستگاه ذخیره شماره مشتری	سیاست حریم خصوصی	

