

باشگاه مشتریان VIP و بررسی مزایا و مخاطرات آن برای افزایش وفاداری مشتریان

خلاصه مقاله: باشگاه مشتریان VIP وی‌آی پی چیست؟ زمانی که باشگاه مشتریان از یک طرح امتیازدهی به یک سیستم برای القای احساس منحصربه‌فرد بودن برای مشتریان شما تبدیل شود، می‌توانید نام آن را باشگاه مشتریان VIP بگذارید. اما قبل از آن بهتر است با مفهوم اصلی باشگاه مشتریان و نحوه‌ی کار...

صبا ضمیری

کارشناس تولید محتوا

۱۴۰۴/۰۹/۱۰

آخرین بروز رسانی

۷ دقیقه

زمان مطالعه

جستجو

فهرست مطالب

باشگاه مشتریان VIP وی‌آی پی چیست؟

تفاوت باشگاه مشتریان VIP با باشگاه مشتریان ...

مزایای باشگاه مشتریان VIP برای کسب و کارها

کدام کسب و کارها به باشگاه مشتریان VIP نیاز د...

چالش‌های باشگاه مشتریان VIP

برنامه سی آر ام برای مدیریت باشگاه مشتریان VIP

اشتراک گذاری

لینکدین

تلگرام

واتس‌اپ

ایمیل



باشگاه مشتریان VIP وی‌آی پی چیست؟

زمانی که باشگاه مشتریان از یک طرح امتیازدهی به یک سیستم برای القای احساس منحصربه‌فرد بودن برای مشتریان شما تبدیل شود، می‌توانید نام آن را باشگاه مشتریان VIP بگذارید. اما قبل از آن بهتر است با مفهوم اصلی باشگاه مشتریان و نحوه‌ی کار کردن آن آشنا شوید.

باشگاه مشتریان

باشگاه مشتریان سیستمی است که با طراحی و اجرای برنامه‌های پاداش دهی به مشتریان، کمک می‌کند انگیزه‌ی آنان برای تکرار خرید با افزایش مبلغ خرید بیشتر شود. باشگاه مشتریان معمولاً با امتیاز دهی به فعالیت‌های مشتریان آنان را در سطوح مختلف دسته بندی می‌کند و برای هر سطح مزایای خاصی نیز در نظر می‌گیرد

باشگاه مشتریان VIP

باشگاه مشتریان VIP یک روش برای مدیریت و تقویت رابطه با مهم‌ترین مشتریان یک کسب و کار است؛ این نوع باشگاه مشتریان با شناخت دقیق رفتار مشتریان و ارائه خدمات و مزایای ویژه، گروه مشخصی از مشتریان را وارد یک تجربه متفاوت می‌کند تا رابطه آن‌ها با برند از یک خرید ساده فراتر برود و به یک رابطه همراه با اعتماد و حمایت تبدیل شود. **باشگاه‌های مشتریان اختصاصی معمولاً روی تخفیف متمرکز نیست و مزایای لوکس تری مثل استفاده از خدمات خاص به مشتریان خود ارائه می‌دهد.** البته مزایای آن می‌تواند شامل تخفیف نیز باشد.

تمرکز باشگاه مشتریان VIP روی نگهداشتن و ارتقای مشتریانی است که بیشترین سود را برای کسب‌وکار دارند.

99 نویسنده و استراتژیست دنیای مدیریت مشتری

۱۴۰۴/۰۹/۱۰

Shep Hyken

»بین یک مشتری راضی و یک مشتری وفادار تفاوت بزرگی وجود دارد.«

ویژگی‌های باشگاه مشتریان VIP یا اختصاصی

- تجربه متفاوت:** معمولاً در باشگاه مشتریان وی‌آی پی، خدمات، پشتیبانی و مزایا برای همه یکسان نیست و برای هر مشتری به صورت اختصاصی طراحی می‌شود.
- انتخاب مشتریان:** همه مشتریان نمی‌توانند عضو باشگاه مشتریان VIP شوند. معمولاً کسب و کار مشتریانی که ارزش بیشتری دارند را انتخاب می‌کند.
- شناخت دقیق مشتری:** به دلایل هزینه‌های احتمالی و حساسیت‌های این گروه از مشتریان، برای شناخت عمیق آن‌ها وقت و هزینه در نظر گرفته می‌شود تا تصمیم‌ها براساس رفتار و نیاز واقعی هر مشتری گرفته شود.
- ارزش دوطرفه:** در باشگاه‌های اختصاصی، مشتری فقط امتیاز با هدیه نمی‌گیرد بلکه به تدریج در تصمیم‌ها و بهبود برند هم نقش پیدا می‌کند.

تفاوت باشگاه مشتریان VIP با باشگاه مشتریان معمولی

باشگاه مشتریان VIP یک باشگاه معمولی با امتیازات همیشگی نیست و یک نگاه کاملاً متفاوت به مشتریان خاص دارد. در باشگاه‌های VIP مشتری توسط برند انتخاب می‌شود، مزایا اختصاصی در اختیار او قرار می‌گیرد و رابطه به گونه‌ای تبدیل به یک همکاری دوطرفه می‌گردد. به این ترتیب جامعه‌ای از مشتریان ایجاد می‌شود که به‌جای مقایسه قیمت، برای تجربه خاص خود پول خرج می‌کنند.

جدول زیر به زبانی ساده تفاوت انواع باشگاه‌های مشتریان را توضیح داده است

معیار مقایسه	باشگاه مشتریان معمولی	باشگاه مشتریان VIP
انتخاب مشتریان	همه عضو می‌شوند	فقط مشتریان منتخب و سودآور وارد می‌شوند
نوع مزایا	بیشتر تخفیف و امتیاز	خدمات اختصاصی، تجربه ویژه
سطح تعامل	تمرکز روی وفاداری	تمرکز روی رابطه‌سازی عمیق و شخصی
هدف اصلی	افزایش تعداد خرید	افزایش ارزش مشتری و تبدیل او به طرفدار برند
نوع ارتباط	پیام‌رسانی همگانی و یکسان	ارتباط یک‌به‌یک و پیشنهادهای اختصاصی
تجربه مشتری	برای همه مشابه	تجربه ویژه، بر اساس رفتار و ارزش مشتری
نقش مشتری	فقط دریافت‌کننده مزایا	مشارکت، تعامل و نقش در بهبود تجربه برند
اثر روی برند	تغییری در استراتژی ایجاد نمی‌کند	کمک به تصمیم‌سازی و بهبود خدمات
نتیجه نهایی	افزایش فروش کوتاه‌مدت	رشد درآمد پایدار، کاهش ریزش و ایجاد جامعه مشتریان

مزایای باشگاه مشتریان VIP برای کسب و کارها

باشگاه مشتریان VIP یک استراتژی رشد است که روی مهم‌ترین بخش هر سازمان یعنی **مشتریان ارزشمند** متمرکز می‌کند و نه تنها باعث رشد مستقیم فروش می‌شود، بلکه هزینه‌های بازاریابی را کاهش می‌دهد. همچنین به تصمیم‌گیری‌های مدیریتی کمک می‌کند و مزیت رقابتی

ایجاد می‌کند. موارد زیر ۶ مزیت کلیدی باشگاه مشتریان VIP را معرفی می‌کنند:

۱. افزایش فروش از مشتریان فعلی

مشتریان VIP معمولاً میانگین مبلغ خرید بالاتری دارند، بیشتر از یک‌بار خرید می‌کنند و به پیشنهادات جدید بیشتر علاقه‌مند می‌شوند. این اعتماد یعنی بدون نیاز به جذب مشتری جدید، درآمد سازمان رشد می‌کند. به زبان ساده، ارزش هر مشتری بیشتر می‌شود چون تجربه‌ای دریافت می‌کند که برایش اهمیت دارد.

۲. کاهش ریزش مشتری

مشتری‌های ارزشمند راحت از دست نمی‌روند. دلایلش هم مشخص است؛ وقتی یک برند برای مشتری وقت، توجه و مزایای اختصاصی در نظر می‌گیرد، رابطه تبدیل به وابستگی احساسی و اعتماد می‌شود. نتیجه‌اش کاهش چشمگیر رفتن مشتری به سمت رقباست.

۳. افزایش ارزش طول عمر مشتری

رابطه از یک مدل معامله خارج می‌شود و تبدیل به یک رابطه مبتنی بر اعتماد و تکرار خرید می‌شود. در این حالت، مشتری به‌جای خرید مقطعی، وارد یک چرخه ارتباطی بلندمدت با برند می‌شود. این دقیقاً همان چیزی است که ارزش مادام‌العمر مشتری را افزایش می‌دهد.

۴. کاهش هزینه جذب مشتری جدید

نگه داشتن مشتری فعلی همیشه ارزان‌تر از جذب مشتری جدید است. مشتری VIP نه‌تنها خودش می‌ماند و دوباره خرید می‌کند، بلکه برند را به دیگران پیشنهاد می‌دهد، معرفی می‌کند و نقش یک عامل بازاریابی را برای برند بازی می‌کند.

۵. هدایت تصمیم‌گیری‌ها

مشتریان VIP بهترین منبع اطلاعات برای توسعه محصول، تغییر فرآیندها و طراحی خدمات جدید هستند. بازخوردهای این مشتریان قابل استفاده و قابل اعتماد هستند، چون مشتریان مهم معمولاً بازخوردهای صحیح می‌دهند.

۶. برندسازی قوی‌تر و ایجاد تمایز رقابتی

رقبا می‌توانند قیمتشان را پایین بیاورند، اما نمی‌توانند تجربه مشتری از ارتباط با برند شما را کپی کنند. به این ترتیب، برند در ذهن مشتری یک جایگاه منحصربه‌فرد پیدا می‌کند که به راحتی آن را ترک نخواهد کرد.



کدام کسب و کارها به باشگاه مشتریان VIP نیاز دارند؟

در هر کسب و کاری که حفظ مشتری سود بیشتری از جذب مشتری داشته باشد، باشگاه مشتریان VIP تاثیرگذار است. یعنی طیف گسترده‌ای از مجموعه‌ها مثل هتل‌ها و سازمان‌های گردشگری، صنایع لوکس مثل خودرو و جواهرات، بانک‌ها و مراکز زیبایی و پزشکی و فروشگاه‌های زنجیره‌ای با محصولات ضروری و تکرار شونده به باشگاه مشتریان اختصاصی احتیاج دارند.

چالش‌های باشگاه مشتریان VIP

طراحی باشگاه VIP ممکن است ساده به نظر برسد اما در عمل کمی پیچیده است. اگر چالش‌های آن را درست مدیریت کنید، باشگاه تبدیل به یکی از قوی‌ترین ابزارهای رشد کسب‌وکار می‌شود اما اگر آن را به درستی طراحی نکنید علاوه بر این که بازدهی نخواهد داشت، ممکن است اثر منفی نیز روی مشتریان با ارزش کسب و کار شما بگذارد.

۱. انتخاب درست مشتریان VIP

بزرگ‌ترین اشتباه این است که معیارهای انتخاب مشتریان درست تعیین نشود. اگر همه را VIP کنید، عملاً VIP ندارید. اگر بیش‌ازحد محدود کنید، باشگاه کم‌اثر می‌شود. ارزش مالی، رفتار خرید و پتانسیل رشد مشتری را در انتخاب مشتریان اختصاصی در نظر بگیرید.

۲. شخصی‌سازی صحیح

ارائه پیشنهادهای یکسان و به‌هم‌هم عمومی، باشگاه را تبدیل به نسخه‌ای از باشگاه مشتریان معمولی می‌کند. شخصی‌سازی نیاز به داده‌های دقیق، تحلیل درست و سیستم ارتباطی منسجم دارد.

۳. طراحی مزایای جذاب و قابل‌اجرا

مزایا باید ارزشمند باشند اما هزینه‌زایی آن‌ها از حد توان کسب و کار خارج نشوند. پیدا کردن مزایایی که هم برای مشتری جذاب باشد و هم برای کسب‌وکار صرفه داشته باشد، نیاز به خلاقیت و شناخت مشتری دارد.

۴. تضمین اجرای منظم

باشگاه VIP یک پروژه نیست که یک‌بار اجرا شود و تمام. بلکه یک فرآیند مداوم است. بسیاری از شرکت‌ها باشگاه را راه‌اندازی می‌کنند، اما در حفظ کیفیت، ارائه خدمات و به‌روزرسانی مزایا دچار افت می‌شوند و مشتریان ارزشمند را از دست می‌دهند.

۵. هم‌راستایی با تیم‌های داخلی

باشگاه مشتریان خصوصاً باشگاه‌های VIP باید با کل سازمان از جمله فروش، پشتیبانی، مارکتینگ، انبار و... هماهنگ باشند تا تجربه مشتری به صورت یکپارچه مدیریت شود.

۶. تحلیل داده و اندازه‌گیری نتایج

باید بفهمید کدام مزایا تاثیر بیشتری دارد، کدام مشتریان ارزشمندترند و کدام بخش از باشگاه باید اصلاح شود. نبود معیار و تحلیل درست، باشگاه را به یک هزینه اضافه تبدیل می‌کند.

۷. انتظارات مشتریان VIP

مشتریان خاص، انتظارات خاص دارند. مدیریت این انتظارات و پاسخ‌گویی به موقع، یک چالش جدی است. کوچک‌ترین نقض در تجربه، تأثیر منفی بزرگ‌تری نسبت به مشتریان معمولی برای کسب و کار شما دارد.

برنامه سی آر ام برای مدیریت باشگاه مشتریان VIP

همانطور که توضیح داده شد، راه اندازی یک باشگاه مشتریان VIP حساسیت بیشتری نسبت به باشگاه‌های مشتریان معمولی دارد و برای مدیریت آن بهتر است از ابزارها و نرم‌افزارهای خاص استفاده کرد. طراحی تجربه مشتریان VIP با استفاده از اتوماسیون‌سازی و دسترسی به تاریخچه مشتریان توسط سیستم‌هایی مثل نرم‌افزار CRM به راحتی انجام می‌شود.

CRM باشگاه مشتریان را تبدیل به یک سیستم قابل کنترل و اندازه‌گیری می‌کند و امکان رشد آن را فراهم می‌کند. خرید نرم‌افزار CRM به اصلی‌ترین راه حل برای مدیریت ارتباط با مشتریان تبدیل شده است. این سیستم به عنوان بخشی از وظایف خود، مدیریت باشگاه مشتریان شما را نیز به کمک ماژول وفاداری فراهم می‌کند.

دلایل زیر نشان می‌دهند که چرا برای مدیریت وفاداری مشتریان خاص خود به این سیستم نیاز دارید:

انتخاب مشتریان VIP



CRM تمام اطلاعات مهم مشتری مثل سابقه خرید، رفتار، تعاملات، شکایات‌ها و... را یک جا جمع‌آوری می‌کند. انتخاب مشتریان VIP براساس عدد و ارقام انجام می‌شود، نه حدس و گمان.

شخصی‌سازی

می‌توانید مشتریان خاص را گروه بندی کنید و وقتی اطلاعات دقیق از مشتری دارید، پیام‌ها و پیشنهادهای را می‌توانید مخصوص همان فرد طراحی کنید...

اتوماسیون سازی

کارهایی مثل خوش‌آمدگویی، ارسال پیشنهادات ویژه، امتیازدهی، یادآوری و پشتیبانی، اگر دستی انجام شود، هم زمان می‌گیرد و هم احتمال خطای انسانی در آن‌ها وجود دارد. CRM این کارها را خودکار و بدون دخالت دستی انجام می‌دهد.

کنترل کیفیت تجربه مشتری

با CRM می‌توان فهمید مشتری در چه وضعیتی است، چه زمانی ناراضی است یا احتمال ریزش دارد. این یعنی فرصت رسیدگی فوری پیش از اینکه مشتری از دست برود برای شما فراهم می‌شود.

اندازه‌گیری نتایج

- فروش چقدر رشد کرده؟
- ریزش کم شده یا نه؟
- کدام مرایا موثر بوده؟
- کدام مشتری بیشتر از قبل خرید کرده است؟

CRM این اطلاعات را برای شما به گزارش و نمودار تبدیل می‌کند.

هماهنگی کل سازمان

با سیستم سی آر ام، همه تیم‌ها یک تصویر مشترک و به روز از پروفایل مشتریان دارند. به این ترتیب، امکان تصمیم‌گیری سریع‌تر و تجربه بهتر برای مشتری فراهم می‌شود.

قابلیت رشد و توسعه

بدون CRM شاید مدیریت باشگاه با ۳ عضو امکان پذیر باشد، اما برای ۳۰۰، ۳۰۰۰ یا ۳۰۰۰۰ نفر قابل اجرا نیست. CRM به دلیل مقیاس پذیر بودن امکان مدیریت باشگاههای میلیونی را نیز فراهم می‌کند، بدون آن که تجربه‌ی آنان افت کیفیت پیدا کند.

بهترین CRM برای باشگاه مشتریان VIP

نرم‌افزار سی آر ام اوج ایری، جامع ترین سیستم مدیریت ارتباط با مشتریان، می‌تواند در طراحی و اجرای مناسب ترین باشگاه مشتریان برای کسب و کار شما کمک کند. با هزینه‌ای مقرون به صرفه و ویژگی‌های منحصربه فرد برای مدیریت تجربه‌ی مشتری می‌تواند با خیال راحت باشگاه مشتریان خود را به اوج ایری بسپارید.

برای شروع می‌توانید با مرور دوره آموزش CRM و ساخت اکانت اختصاصی اوج ایری، امکانات باشگاه مشتریان در مازول وفاداری آن را 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.

صبا ضعیری / 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

دیدگاهتان را بنویسید

نام

ایمیل

دیدگاه *

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

فرستادن دیدگاه

کدام کسب و کارها به باشگاه مشتریان VIP نیاز دار...

چالش‌های باشگاه مشتریان VIP

برنامه سی آر ام برای مدیریت باشگاه مشتریان VIP



اشتراک گذاری

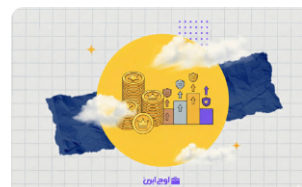
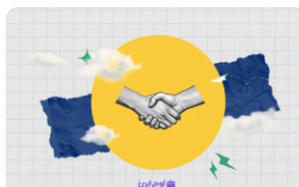


در خبرنامه ما عضو شوید

ایمیل

عضویت

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 و کار...

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...

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 روبرو هستند، از آن برای نگهداشت مشتریان...

با ما در شبکه‌های اجتماعی در ارتباط باشید.



مאזול‌ها 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	گازانس‌های مسافرتی	کتاب‌ها	تماس با ما	ایمیل: info@amootsoft.com
پشتیبانی	بنگاه‌های معاملاتی	ویدیوها	مشاوره رایگان	شماره تماس: +۹۱۳۳۷۰۰۰۰۰۰۰۰
کارمندان	شرکت های بازرگانی	مقایسه‌ها	درباره لوح ابری	
ساعت کارکرد	رستوران‌ها و کافی‌شاپ‌ها	قیمت نرم افزار crm	توافق نامه	
مدیریت فروش	سالمی‌ها و کلیتیک‌های زیبایی	چيست CRM	قوانین و مقررات	
مشاهده تمام ماژول‌ها	مشاهده CRM برای شغل شما	دستگاه ذخیره شماره مشتری	سیاست حریم خصوصی	

