

КУРС « РАЗРАБОТКА ЭФФЕКТИВНЫХ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ »

Информация о курсе

Конкуренция на рынке становится все более жесткой, проблема удержания своей доли рынка - все более актуальной. Ценовые методы в борьбе за увеличение доли рынка теряют свою эффективность. Именно поэтому в последнее время во всем мире пользуются заслуженной популярностью так называемые программы лояльности - маркетинговый инструмент, направленный на оптимизацию взаимоотношений компании, предоставляющей товары или услуги, с клиентами.

В курсе "Разработка программ лояльности" собрана информация о возникновении программ лояльности, о том, как они работают и как их создать в различных сферах бизнеса.

Цели курса

После прохождения курса Вы сможете:

- Использовать инструменты определения того, какие качество и стоимость Вашего продукта или услуги удовлетворяют потребителей.
- Выбирать инструменты маркетинга отношений, соответствующие статусу потребителей.
- Рассчитывать эффект от применения программ лояльности в сравнении с затраченными средствами.
- Избегать основных ошибок при подготовке программ лояльности.

Целевая аудитория

Собственники и руководители компании, коммерческий директор, директор по маркетингу, директор по продажам, финансовый директор, руководители и сотрудники отделов продаж.

Продолжительность курса

Ориентировочная продолжительность курса - 16 часов.

ПРОГРАММА КУРСА

Урок 1. Зачем нужны программы лояльности

- История возникновения программ лояльности.
- Программа лояльности - это нацеленный маркетинг.

Урок 2. Виды программ лояльности

- Программы, предусматривающие материальное вознаграждение.
- Программы, предусматривающие психологическое вознаграждение.

Урок 3. Разные виды скидок

- Программы, ориентированные на определенную узкую аудиторию.
- Программы, созданные на основе платежных карт.
- Лояльность и EMV-платформа.
- Программы, управляемые одной компанией, и совместные (ко-брендинговые) программы.
- Программы независимых операторов и программы, созданные конкретными торговыми компаниями.
- Дисконтные и призовые программы.

- Программы, основанные на различных технических платформах.

Урок 4. Создание программ лояльности

- Схема лояльности Britannia.
- Размер вознаграждения.
- Схемы поощрения постоянных клиентов.
- Схемы с несколькими способами накопления.
- Выигрыш от использования клиентской базы данных.
- Использование схем лояльности для увеличения инвестиций.
- Использование схем лояльности для привлечения клиентов.
- Использование схем лояльности для возврата клиентов.
- Общение на точках обслуживания или продаж.
- Клиентские службы/телефонные центры.
- Интернет.
- Распространение карт.

Урок 5. Технологические аспекты

- Клиентские карты.
- Оборудование торгово-сервисных точек.
- Данные, используемые в программах лояльности.

Урок 6. Возможные ошибки

- Ошибки в выборе технической платформы программы.
- Ошибки в разработке схемы работы с клиентами.
- Ошибки в подготовке персонала.

Урок 7. Правовые аспекты

- Программа лояльности на основе договора простого товарищества.
- Программа лояльности с участием центральной некоммерческой организации.
- Программа лояльности, учреждаемая центральной коммерческой организацией.