



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Strategii de fidelizare a clientilor

ACTIVITATEA 4 - IMPLEMENTAREA PLANURILOR DE AFACERI

Activitatea 4.3: Monitorizarea de către administratorul schemei de antreprenoriat a funcționării și dezvoltării afacerilor finanțate



Sursa: <https://www.wall-street.ro>

Titlul proiectului: "PROmotorii Firmei Tale (PROFIT) pentru Regiunea Centru" (ID: 104254) | Programul Operațional Capital Uman 2014-2020, Componenta 1 România Start Up Plus
Axa Prioritară Locuri de muncă pentru toți | Operațiunea: Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu profil non-agricol din zona urbană, Schema de ajutor de stat România Start-Up Plus



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Sa castigi loialitatea unei persoane este unul dintre cele mai valoroase lucruri din lume, dar si unul dintre cele mai greu de obtinut. De ce? Pentru ca trebuie sa o castigi. Iar acest lucru este valabil si in lumea afacerilor.

Una dintre cele mai mari provocari ale unui fondator de business se poate dovedi a fi atragerea clientilor fideli care se intorc frecvent pentru a-i achizitiona produsele sau serviciile. Iar ca toate strategiile de marketing, si programele de loializare a clientilor trebuie sa tina pasul cu noile tendinte. Pentru ca, in ziua de azi, clientii nu mai cred

orbeste in ceea ce spune un brand, in publicitatea pe care acesta si-o face fara o cautare rapida pe Google pentru a verifica spusele acestuia.

In plus, pe langa faptul ca in ziua de azi clientii pot verifica mult mai simplu veridicitatea spuselor unei companii, aceasta din urma este nevoita sa faca fata si unei concurente acerbe din partea altor jucatori similari, care tintesc, in mare, aceeasi masa de clienti.

Se spune deseori ca investitiile necesare pentru retentia clientilor sunt mai costisitoare decat cele pentru atragerea unui nou





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

client, inasa ar fi cazul sa ai in vedere imaginea de ansamblu: si daca vei reusi sa-ti fidelizezi clientii cu o rata de 5%, vei ajunge sa-ti cresti profitul cu valori cuprinse intre 20 si 95%.

Strategii de fidelizare - Raspunde intereselor consumatorilor

Si, pana la urma, cum reusesti, ca business, sa castigi loialitatea clientilor tai? Ar trebui sa incepi prin a-i pune intotdeauna pe o treapta superioara si sa livrezi constant ceea ce promiti.

Trebuie sa creezi o experienta de cumparare pentru ei, o conexiune emotionala cu un produs/serviciu pe care nu si-ar mai dori sa-l cumpere din alta parte. Iar cand vei avea un client satisfacut de ceea ce oferi, sa stii ca ai facut primul pas spre fidelizarea acestuia.

In ziua de azi, consumatorii nu mai raspund la o promotie ca in trecut. Daca vorbim despre retaileri traditionali, e de la sine inteles faptul ca un consumator primeste pliante cu ofertele acestora in mod regulat. Astfel, el are puterea de a decide ce i se potriveste sau ce il atrage mai mult din gama de produse a unui magazin.





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Pentru ca pretul nu mai este, neaparat, principalul argument prin care sa atragi clientii, companiile au fost nevoite sa vina cu alte solutii de fidelizare a clientilor.

Creeaza un program de loializare

Una dintre cele mai eficiente si extrem de folosite (inca) metode de fidelizare a clientilor sunt cardurile bonus sau de loializare. Sunt folosite de o gama variata de afaceri, de la cafenele sau restaurante, la companii aeriene.

Acestea sunt programe pentru clientii care fac cumparaturi in mod frecvent. Le poti

oferi puncte de fidelitate dupa fiecare experienta de cumparaturi, pe care mai apoi le pot folosi pentru achizitii sau experiente bazate doar pe acestea. De exemplu, in State, clientii unor banci care au carduri de credit emise de acele institutii pot beneficia de sederi gratuite in cadrul unor hoteluri de lux in momentul in care acumuleaza punctele necesare odata cu folosirea acestor carduri.

O noua tendinta, extrem de populara atat in randul clientilor cat si al companiilor, este posibilitatea ca acel client sa doneze punctele acumulate.





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

În afara de fidelizarea clienților, aceste programe oferă posibilitatea de a urmări vânzările către clienți și de a personaliza ofertele către aceștia.

Surprinde-i

Îți poți recompensa clienții fideli și dacă îți aduc noi clienți, atunci când e vreo sărbătoare specială, sau, de ce nu, când îți sărbătorești ziua de naștere.

De exemplu, sunt companii care le trimit clienților care-și sărbătorește ziua de naștere

bilete scrise de mână în care le mulțumesc pentru loialitate și le arată cât de mult îi prețuiesc. Când ești client este imposibil să nu adori acest mic detaliu: cineva din departamentul de customer service și-a dedicat măcar câteva minute pentru a scrie un bilet personalizat.

Așa că, dacă vrei să îți păstrezi clienții, ar trebui să oferi mai mult decât un produs sau serviciu. Go the extra mile, așa cum zic americanii, și vei vedea (și în vânzări) că surprizele motivează clienții.





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Prin acest mod de comunicare directă se stabilesc relații între vânzător și cumpărători și se dezvoltă fidelizarea față de marca.

Impresionează clienții de la prima comandă

Și aici ideea de a introduce în coletul pe care îl primește clientul tău un mesaj de mulțumire scris de mână se poate dovedi una de succes. Adaugă și faptul că ai livrat produsul cerut la calitate promisă și vei avea, cu siguranță, un client fidel.

Sau, ai putea adăuga în colet mostre ale altor produse similare, pe care clientul tău ar putea să le încerce și apoi să le comande.

Aceste trucuri nu costă mult și nici nu necesită prea mult timp din partea ta. În ceea ce privește mesajele, poți crea niște șabloane pe care să le personalizezi cu numele clientului atunci când trimiți comanda.

Fă un site ușor de accesat

În cazul retailerilor online, un site ușor de parcurs, pe care clienții să-și poată găsi ușor ceea ce îi interesează este vital. La fel de vital este să pui la dispoziția clienților modalități facile de a face returnări, încă din momentul în care finalizează comanda. Sunt destul de mulți clienți care preferă să renunțe la produsele din





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

cos daca procedura de returnare nu este foarte clara.

Cere feedback

Cu cat stii mai multe despre clientii tai, cu atat le poti oferi servicii care sa le serveasca interesele. Ai grija, insa, sa te conformezi cerintelor regulamentului GDPR, care va intra in vigoare la finalul lunii mai a acestui an. Pe langa toate celelalte companii care lucreaza cu date personale, si retailerii vor trebui sa fie atenti la modul in care folosesc informatiile clientilor si sa se asigure ca acestia au optat in mod clar sa-si impartaseasca aceste informatii.

Poti afla informatii despre clientii tai si daca le ceri parerea cat de des se poate. Poti crea sondaje sau chestionare sau te poti folosi de unelte prin care clientii **pot oferi feedback in mod privat.**

Incearca sa ceri informatii cat mai detaliate privind experienta clientilor si dorintele lor. Daca servesti mancare, intreaba-i daca au preferinte pentru anumite preparate sau cerele sa-ti spuna cum ai putea imbunatati meniul sau servirea. Intreaba-i ce parere au despre decor, care sunt produsele care le plac sau ce si-ar dori sa vada nou in meniu.





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Apoi implementează cerințele (rezonabile).

Tine-i aproape prin social media

Nu rata beneficiile pe care le aduce social media în interacțiunea cu clienții tăi, fie loiali sau noi. Video-urile sunt unul dintre cele mai noi și importante trenduri în loializarea clienților, așa că, de ce nu te folosești de acest feature al Facebook pentru a deveni mai vizibil? Un scurt video sau chiar și un live pot aduce avantaje în relaționarea cu clienții tăi.

Le poți aduce direct în atenție lansările de noi game de produse, un eveniment pe care-l organizezi sau orice alte notificări legate de afacerea ta.

Sursa: <https://www.wall-street.ro>





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020



Titlul proiectului
"PROmotorii Firmei Tale (PROFIT) pentru Regiunea Centru"
ID: 104254

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020,
Componenta 1 România Start Up Plus

Axa Prioritară Locuri de muncă pentru toți,
Operațiunea: Creșterea ocupării prin susținerea
întreprinderilor cu profil non-agricol din zona urbană,
Schema de ajutor de stat România Start-Up Plus

Implementat de Agenția de Dezvoltare Durabilă a Județului Brașov
în parteneriat cu Universitatea Spiru Haret.

Valoare totală a proiectului
8.722.301,38 lei

Durata proiectului
36 de luni

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul
Operațional Capital Uman 2014 -2020

Editorul materialului
Agenția de Dezvoltare Durabilă a Județului Brașov

Data publicării
Septembrie 2019

"Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu
poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României"



0268.47.85.95; 0268.47.05.05



web: www.profitantreprenor.ro



profitantreprenor

Documentul este un produs al proiectului "PROmotorii Firmei Tale (PROFIT) pentru Regiunea Centru" finanțat de Agenția de Dezvoltare Durabilă a Județului Brașov în parteneriat cu Universitatea Spiru Haret.