



یوم وفاداری مشتری



Alirezataheri.ir

علیرضا
طاهری

Alirezataheri.net



اهداف	شرایط (سناریو ها)	پاداش ها	بخش ها
داده ها			کانال ها
یکپارچه سازی		فرآیند ها	



در این قسمت، ما باید چالشهای کسب و کار خود را با پاسخ به سوال زیر تأیید کنیم:
1. بعد از معرفی یک برنامه وفاداری نتیجه مورد نظر ما چه چیزی را در بر می گیرد؟



این قسمت، بیانگر انواع مختلفی از گروه‌های ذینفع هستند و اینکه چگونه می‌توانیم مشتریان خود را بخش بندی کنیم. در این قسمت سوالات را زیر می‌پرسیم:

1. در حال حاضر مشتریان چگونه بخش بندی شده اند؟
2. سه تا از مهم ترین بخشها کدام هستند؟
3. عادت های خرید بخشهای خاص شامل چه مواردی می شود؟



داده ها

در بخش داده ما می خواهیم تعریف کنیم که اگر بخواهیم برنامه وفاداری ایده آل خود را اجرا کنیم، چه نوع از منابع داده را در حال حاضر در اختیار داریم و برای شروع جمع آوری به چه نوع داده ای نیاز داریم، سوالات زیر را می پرسیم

1. چه نوع از داده های مشتری را در اختیار داریم؟
2. داده ها از چه جایی جمع آوری می شوند؟
3. چه داده هایی را باید جمع آوری کنیم؟



سناریو

برای تعریف سناریوها سوالاتی مانند نمونه های زیر را می پرسیم

1. کدام یک از رفتارهای خرید را از طریق برنامه وفاداری مشتری بهبود می بخشیم؟
2. چه نوع شرایطی باید در برنامه وفاداری ایجاد شود؟

شرایط کاملاً مشخص و واضح به رفتار مشتریان مربوط میشود. این رفتارها، سودمند هستند و ما می خواهیم این رفتارها بیشتر تکرار شوند.



بخش های مختلف می توانند با انواع مختلفی از پاداش برانگیخته می شوند.

1. در حال حاضر چگونه مشتریان را برای خرید ترغیب کنیم؟
2. اکنون چگونه به مشتریان وفادار پاداش دهیم؟
3. چگونه می خواهیم در برنامه وفاداری به مشتریان پاداش دهیم؟

ما سعی می کنیم تا بخشها شرایط و پاداشها را به هم مرتبط سازیم که در واقع به همین دلیل است که این بخش ها در بوم وفاداری در کنار یکدیگر قرار گرفته اند.



- در قسمت کانالها ما نشان می دهیم که چگونه راهکار وفاداری نمایش داده خواهد شد و به کاربران بالقوه هم ارائه میشود در این قسمت می پرسیم:
1. چگونه مشتریان برای پیوستن به برنامه وفاداری تشویق می شوند؟
 2. چگونه یک برنامه وفاداری به صورت آنلاین تبلیغ می شود؟
 3. چگونه یک برنامه و وفاداری به صورت آفلاین تبلیغ می شود؟



یکپارچه سازی

برای پایان دادن به تعریف ماهیت راهکارهای وفاداری باید نیازهای یکپارچه سازی خود را مشخص کنیم. در واقع باید بررسی کنیم که کدام ابزارهای داخلی و خارجی برای اجرای راهکار وفاداری که طراحی کرده ایم ضروری هستند در این قسمت می پرسیم:

1. برنامه وفاداری با کدام سیستم ها باید یکپارچه شود؟



فرآیندها

در این بخش می پرسیم:

1. اخیراً چه زمانی اطلاعات مشتری را جمع آوری کرده ایم؟
2. چه فرآیندهایی باید برای جمع آوری داده‌ها در مورد مشتریان معرفی شوند؟
3. برای تحریک یک برنامه وفاداری چه فرآیندهایی باید معرفی شود؟

