Strefa przedsiębiorcy

2017-03-15

O programach lojalnościowych mówi Anna Papka, rzecznik prasowy Shell Polska Sp. z o.o.



Jaką pozycję w Waszej strategii zajmują programy lojalnościowe?

Staramy się spełnić wymagania różnych grup Klientów, w związku z tym oferujemy szeroki zakres możliwości wymiany punktów. Stała oferta „Rabat za punkty" jest skierowana do tych, który przede wszystkim chcą zaoszczędzić na tankowaniu. Ta grupa również chętnie korzysta z wymiany punktów na kawę lub przekąski deli2go. Są również Klienci, są w stanie dłużej poczekać na nagrodę, ale oczekują produktu wysokiej jakości, przydatnego w codziennym życiu. Dla nich proponujemy nagrody rzeczowe, dostępne na zamówienie, z dostawą do 14 dni. Dla Klientów, którzy sami chcą zrobić sobie prezent w ramach nagród Shell ClubSmart oferujemy również bony wartościowe, które można zrealizować u naszych partnerów. Obecnie współpracujemy z markami Douglas, W.Kruk, Vistula oraz Wólczanka.

Jak powinien wyglądać dobrze skonstruowany program lojalnościowy?

Najprościej mówiąc, powinien utrzymywać klientów i zwiększać ich przywiązanie do marki. To nadrzędny cel takiego programu. Jednak spełnienie tego celu nie jest już takie proste. Nie wystarczą promocje czy atrakcyjne gadżety. W pierwszej kolejności należy dobrze poznać swoich klientów i zaproponować im realne, odpowiadające ich potrzebom, korzyści. Ważne jest nieustanne obserwowanie zachowań konsumenckich i dopasowywanie oferty do ich wymagań. Dobry program to taki, który cały czas podsuwa Klientowi nowe opcje, rozwiązania i promocje. Dobrze zna konsumenta i wie, co mu zaproponować, żeby miał powód, by wrócić na stacje. Istotną cechą dobrego programu lojalnościowego są także proste i przejrzyste zasady. Transparentny program przyciągnie Klientów i sprawi, że będą oni korzystać z niego za każdym razem, gdy odwiedzają stację. Właśnie tymi zasadami kierujemy się przy pracy nad Shell ClubSmart.

Jak w ostatnich latach zmieniła się technologia konstrukcji programów lojalnościowych?

Obecnie mamy większe możliwości obserwowania na bieżąco zachowań naszych Klientów i zbierania danych, które umożliwiają rozwój oferty. Poza tym wiele programów lojalnościowych jest opartych na aplikacjach mobilnych, dzięki którym Klient w wygodny sposób może śledzić m.in. aktualny katalog nagród. W Shell taką możliwość daje aplikacja Shell, za pomocą której kierowcy mogą sprawdzać promocje, liczbę zebranych punktów, ostatnie transakcje czy oferowane produkty. Od lutego nasi Klienci mogą również zamawiać nagrody poprzez aplikację. To bardzo przydatne narzędzie.

Czy warto korzystać z systemów open source czy lepiej dedykowanych?

W Shell stosujemy dedykowany program lojalnościowy, ponieważ bardzo dużą wagę przykładamy do dbania o bezpieczeństwo danych naszych Klientów i dopasowanie warunków programu do ich potrzeb. Dzięki zebranym danym jesteśmy w stanie lepiej poznać Klientów odwiedzających nasze stacje i przygotować ofertę odpowiadającą ich potrzebom.

Jaką rolę ma technologia płatnicza?

Przede wszystkim ułatwiają Klientom udział z programie lojalnościowym. Korzystanie z jednej karty jest oszczędnością czasu dla konsumenta, dlatego z pewnością można powiedzieć, że technologia płatnicza ułatwia korzystanie z kart punktowych.

Jak zapewniane jest w Waszym przypadku bezpieczeństwo danych klientów?

Na co dzień współpracujemy z wysoko wyspecjalizowanymi partnerami w zakresie ochrony danych osobowych w ramach całej grupy Shell. Korzystamy z ich wiedzy i doświadczenia, mając pewność, że dane naszych Klientów są odpowiednio chronione. Jednocześnie dostosowujemy globalne zasady Shell do przepisów lokalnych, tak by spełniały wymagania polskiego prawa.

Dziękujemy za rozmowę

Rozmawiał: Zdzisław Pisiński, Redaktor Naczelny miesięcznika „Paliwa Płynne", oficjalnego organu Polskiej Izby Paliw Płynnych

WIĘCEJ czytaj w kwietniowym ***wydaniu miesięcznika "***Paliwa Płynne***"; Z pełną ofertą Shell Polska tradycyjnie można zapoznać się podczas*** Międzynarodowych Targów STACJA PALIW, których Polska Izba Paliw Płynnych jest wyłącznym organizatorem - ich najbliższa edycja to 17-19 maja 2017 r., EXPO XXI, Warszawa, ul. Prądzyńskiego 12/14

Źródło:
http://paliwa.pl/strona-startowa/archiwum/o-programach-lojalnosciowych-mowi-anna-papka-rzecznik-prasowy-shell-polska-sp-z-o-o