

# Loyalty Marketing

## Προγράμματα Πιστότητας (Από την θεωρία στην πράξη)

Δημήτρης Παξιμάδης  
π. Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος OgilvyOne, Athens  
Π. Γενικός Διευθυντής, BBDO Advertising, Athens

Το **Loyalty Marketing** είναι μια προσέγγιση **CRM (Customer Relationship Marketing)**, που στοχεύει κυρίως στην ανάπτυξη και διατήρηση υφιστάμενων πελατών μέσω κινήτρων.

Το **Branding**, το **marketing προϊόντων/υπηρεσιών** και το **Loyalty Marketing** αποτελούν μέρος της πρότασης αξίας (**Value Proposition**) προς τον πελάτη και στο **Business Model Canvas** αναφέρονται στην ενότητα **Customer Relationship**.

Για το ευρύ κοινό, τα προγράμματα μιλίων αεροπορικών εταιρειών, και τα προγράμματα κινήτρων πιστωτικών καρτών είναι τα πιο «ορατά» προγράμματα μάρκετινγκ πιστότητας πελατών.

## **Για τον Πελάτη της Επιχείρησης,**

το CRM είναι ο «τρόπος» με τον οποίο η Επιχείρηση:

- Τον εντοπίζει
- Συγκεντρώνει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες γι' αυτόν
- Διατηρεί συνεχή επαφή μαζί του
- Προσπαθεί να διασφαλίσει ότι του προσφέρει αυτό που πραγματικά ζητάει
- Ελέγχει ότι αυτό που τελικά του προσέφερε, είναι αυτό που αρχικά του «υποσχέθηκε»

## Για την ίδια την Επιχείρηση,

το CRM είναι ο «τρόπος» με τον οποίον, αξιοποιώντας τα δεδομένα που σχετίζονται με τον πελάτη της, παράγει «γνώση» η οποία μετατρέπεται σε πωλήσεις:

- Κάθε φορά που ένας μεμονωμένος πελάτης έρχεται σε επαφή μαζί της –οποτεδήποτε, οπουδήποτε, με οποιονδήποτε τρόπο, με οποιονδήποτε συνεργάτη.
- Όταν η Επιχείρηση προσεγγίζει συγκεκριμένες ομάδες πελατών υλοποιώντας ενέργειες πωλήσεων και Marketing.



Το **Loyalty Marketing** περιλαμβάνει προγράμματα **B2B (Business to Business)** και **B2C (Business to Consumer)** όπως και **B2B2C**.

Όλα τα προγράμματα πιστότητας έχουν κάτι κοινό.

Μια διαχρονική στρατηγική επαφής, που περιέχει τέσσερις βασικές προδιαγραφές:

- Επιλογή των Σημαντικών Πελατών
- Παροχή Προστιθέμενης Αξίας
- Δημιουργία Διαχρονικής Σχέσης και
- Συνεχή Αξιολόγηση της Ανταπόκρισης

Η βασική δομή οποιουδήποτε προγράμματος πιστότητας περιλαμβάνει τα ακόλουθα 7 στοιχεία :

1. Επικοινωνία/Ενημέρωση
2. Επιβράβευση Πιστότητας
3. Επαυξημένη Εξυπηρέτηση
4. Εκμετάλλευση Ευκαιριών Up/Cross Selling.
5. Επηρεασμός φίλων/γνωστών.
6. Ενδυνάμωση με εκπτώσεις και παροχές
7. Εξέλιξη/Αξιολόγηση του Προγράμματος

Πολλά από τα βασικά «εργαλεία» του CRM, παρά την ευρύτατη χρήση τους διεθνώς, είναι σχεδόν άγνωστα στην Ελληνική αγορά. Για παράδειγμα, δύο βασικά εργαλεία του CRM είναι η ανάλυση της Διαχρονικής Αξίας του Πελάτη, LTV (Life Time Value), και η ανάλυση «Πρόσφατη Αγορά, Συχνότητα Αγοράς, Αξία Αγοράς», RFM (Recency, Frequency, Monetary). Η σωστή χρήση τους μπορεί να «κάνει την διαφορά» μεταξύ κερδοφορίας και ζημιογόνου πορείας μιας επιχείρησης.

Με την εξέλιξη του Digital Marketing το CRM μαζικοποιήθηκε και έγινε e-CRM.

Ειδικά στον χώρο των Startups, ένας από τους σημαντικότερους δείκτες αξιολόγησης (KPI's), είναι το CLTV (Διαχρονική Αξία του Πελάτη) προς το CAT (Κόστος απόκτησής του πελάτη), **που συχνά απαιτεί χρήση Loyalty Programs που εδραιώνουν το δέσιμο (bonding) ενός οργανισμού και πελάτη.**

Ας δούμε λοιπόν 4 παραδείγματα προγραμμάτων πιστότητας, ξεκινώντας με την διαχρονική Barbie και το Barbie Club που μέσα σε λίγους μήνες δημιούργησε 60000 Barbie Fans, και συνεχίζοντας με ένα ιδιαίτερα επιτυχημένο και ολοκληρωμένο πρόγραμμα B2B2C των SuperFast Ferries, το πρόγραμμα B2C με την AB Plus της AB Βασιλόπουλος, το πρόγραμμα Yellows της Πειραιώς και τα προγράμματα της Aegean.



- Η Barbie και το Barbie Club, είναι ένα διαχρονικό παράδειγμα Integrated Marketing, γιατί συνδυάζει ενέργειες B2B (Business to Business), B2C (Business to Consumers), Διαφήμισης, Προώθησης Πωλήσεων, Διαγωνισμούς με δώρα, Mail Marketing, Event Marketing, Δημόσιες Σχέσεις και τέλος, CRM (Customer Relationship Marketing) χτίζοντας μια μεγάλη βάση δεδομένων (Data Base) με πιστές φίλες της Barbie.



- Και μπορεί να διαφέρει η Barbie του χθες από την σύγχρονη Κινηματογραφική Barbie, αλλά το Integrated Marketing δεν άλλαξαν πολλά όπως θα διαπιστώσετε στην συνέχεια.

- Θα ξεκινήσουμε πρώτα με το Barbie Club, πως λειτούργησε και πως γράφτηκαν τα πρώτα μέλη του.
- Μέσα από ένα διαγωνισμό στα παιδικά περιοδικά γράφτηκαν τα πρώτα μέλη το 1988.
- Ο διαγωνισμός διαφοροποιούσε θετικά την Barbie σε σχέση με την Bi-Bi-Bo, μια και ζητούσε από τα παιδάκια να ταιριάξουν την φράση «Club για τις φίλες της Barbie» γραμμένη σε τρεις διαφορετικές γλώσσες, με την σωστή χώρα, και βέβαια να στείλουν το απαντητικό δελτίο στην Mattel προκειμένου να κερδίσουν δώρα.
- Τα επόμενα δύο slides οι εικόνες εξηγούν απόλυτα τον διαγωνισμό.

# ΜΕΓΑΛΟΣ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

# Barbie

**35**  
ΜΕΓΑΛΑ ΔΩΡΑ

**ΓΝΩΡΙΣΤΕ ΤΟΝ ΚΟΣΜΟ ΤΗΣ BARBIE ΚΑΙ ΚΕΡΔΙΣΤΕ!**

Η Barbie που έχει εισηγηθεί φέρε σ' όλο τον κόσμο, γαρίζει τώρα τη δική της χώρα και στις ελληνοβίτες μικρές φίλες της. Λαίβει κι εσείς μέρος στο μεγάλο διαγωνισμό της Barbie. Το μόνο που έχετε να κάνετε, είναι να βρείτε και να συμπληρώσετε στα κείμενά σε ποιά γλώσσα είναι γραμμένο το CLUB για τις φίλες της BARBIE.

**1**



Barbie fan Club

**2**



Club de las amigas de Barbie

**3**



Club des amies de Barbie

**10**



Barbie Club  
ΔΩΡΟ: 10.000.000  
ΕΠΙΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΣ  
11.429 Ευρώ

**5**



5  
ΔΩΡΟ: 1.000.000  
ΕΠΙΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΣ  
11.200 Ευρώ

**10**



10  
ΔΩΡΟ: 1.000.000  
ΕΠΙΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΣ  
5.850 Ευρώ

Επισημαίνεται το κείμενο και στέλνεται το σφραγισμένο με 1 ΦΥΛ. - ΜΑΡΙΚ. - Τηλεφωνικός 176 74 Αθήνας, ή έχετε το πιο ενδιαφέρον και δυνατά κείμενό σας με το όνομα Barbie CLUB.

**Barbie**

**ΔΕΛΤΙΟ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ**

Στα 3 κείμενά σας να γραφτεί το όνομα CLUB ΓΙΑ ΤΙΣ ΦΙΛΕΣ ΤΗΣ BARBIE - σε 3 διαφορετικές γλώσσες: ΕΛΛΗΝΙΚΑ, ΓΑΛΛΙΚΑ ή ΑΓΓΛΙΚΑ.

Αγγλικά     Γαλλικά     Γαλλικά

ΕΠΩΝΥΜΙΟ: \_\_\_\_\_

ΑΔΕΥΧΑΙΝΟ: \_\_\_\_\_

ΤΑΧ. ΚΩΔ. \_\_\_\_\_ ΟΔ. \_\_\_\_\_

ΕΠΙΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΣ \_\_\_\_\_

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ \_\_\_\_\_

ΠΛΗΡΟΦ. \_\_\_\_\_

**Η ΚΥΡΙΑΡΧΗ**

Καθίστε και να παίξετε 5-10 ετών ελληνοβίτες και 35 ετών και πάνω από ένα κορίτσι της σειράς MASTERS OF THE UNIVERSE.

**Ο ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΥ**

1. Ο διαγωνισμός θα διεξαχθεί από τις 15/10/97 μέχρι τις 31/10/97. Η ημερομηνία λήξης είναι η 31/10/97. Η ημερομηνία λήξης είναι η 31/10/97. Η ημερομηνία λήξης είναι η 31/10/97.

2. Ο διαγωνισμός θα διεξαχθεί από τις 15/10/97 μέχρι τις 31/10/97. Η ημερομηνία λήξης είναι η 31/10/97. Η ημερομηνία λήξης είναι η 31/10/97.

3. Ο διαγωνισμός θα διεξαχθεί από τις 15/10/97 μέχρι τις 31/10/97. Η ημερομηνία λήξης είναι η 31/10/97. Η ημερομηνία λήξης είναι η 31/10/97.

4. Ο διαγωνισμός θα διεξαχθεί από τις 15/10/97 μέχρι τις 31/10/97. Η ημερομηνία λήξης είναι η 31/10/97. Η ημερομηνία λήξης είναι η 31/10/97.

5. Ο διαγωνισμός θα διεξαχθεί από τις 15/10/97 μέχρι τις 31/10/97. Η ημερομηνία λήξης είναι η 31/10/97. Η ημερομηνία λήξης είναι η 31/10/97.

6. Ο διαγωνισμός θα διεξαχθεί από τις 15/10/97 μέχρι τις 31/10/97. Η ημερομηνία λήξης είναι η 31/10/97. Η ημερομηνία λήξης είναι η 31/10/97.



- Αριστερά από τις σωστές απαντήσεις στο κείμενο αναφέρεται ότι ακόμη και αν δεν κερδίσουν, μπορούν να πάνε στο πλησιέστερο κατάστημα με το σήμα Barbie Club και να πάρουν την ταυτότητα μέλους μαζί με το πρώτο δώρο έκπληξη που θα παίρνει κάθε 2 μήνες.

**ΟΙ ΣΩΣΤΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΤΟΥ ΜΕΓΑΛΟΥ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΥ Barbie**

Να οι σωστές απαντήσεις. Ελέγξτε το δικό σας δελτίο συμμετοχής και αν ήταν σωστό, καλή τύχη στην κλήρωση των 35 μεγάλων δώρων, στις 11 Ιουνίου. Και μην ξεχνάτε, ψάξτε για τ' αποτελέσματα της κλήρωσης στο τεύχος 447 του Ιουλίου.

**35 ΜΕΓΑΛΑ ΔΩΡΑ**

**10** σπίτι Barbie με σαλόνι (open house) αξίας λιανικής 11.400 €

**5** ραδιοτηλεόραση BEIKO 5 Μ/Α αξίας λιανικής 18.500 €

**10** σετ ROCKERS της Barbie αξίας λιανικής 10.790 € (το κάθε σετ)

**10** αυτοκινητάκια FERRARI της Barbie αξίας λιανικής 4.650 €

**Η ΕΚΕΛΑΞΗ**  
Κερδίζουν και τα ηλικιακά 5-10 ετών σύμφωνα με 35 απαντήσεις από ένα παιχνίδι της σειράς MASTERS OF THE UNIVERSE

Στις 3 φωτογραφίες ήταν γραμμένη η φράση CLUB ΓΙΑ ΤΙΣ ΦΙΛΕΣ ΤΗΣ BARBIE σε 3 διαφορετικές γλώσσες.

Η ΛΥΣΗ ΕΙΝΑΙ:

**1** Αγγλικά Barbie Fan Club

**2** Ισπανικά Club de las Amigas de Barbie

**3** Γαλλικά Club des amies de Barbie

**Barbie Club** ΟΛΕΣ ΟΙ ΦΙΛΕΣ ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΓΙΝΟΥΝ ΜΕΛΗ

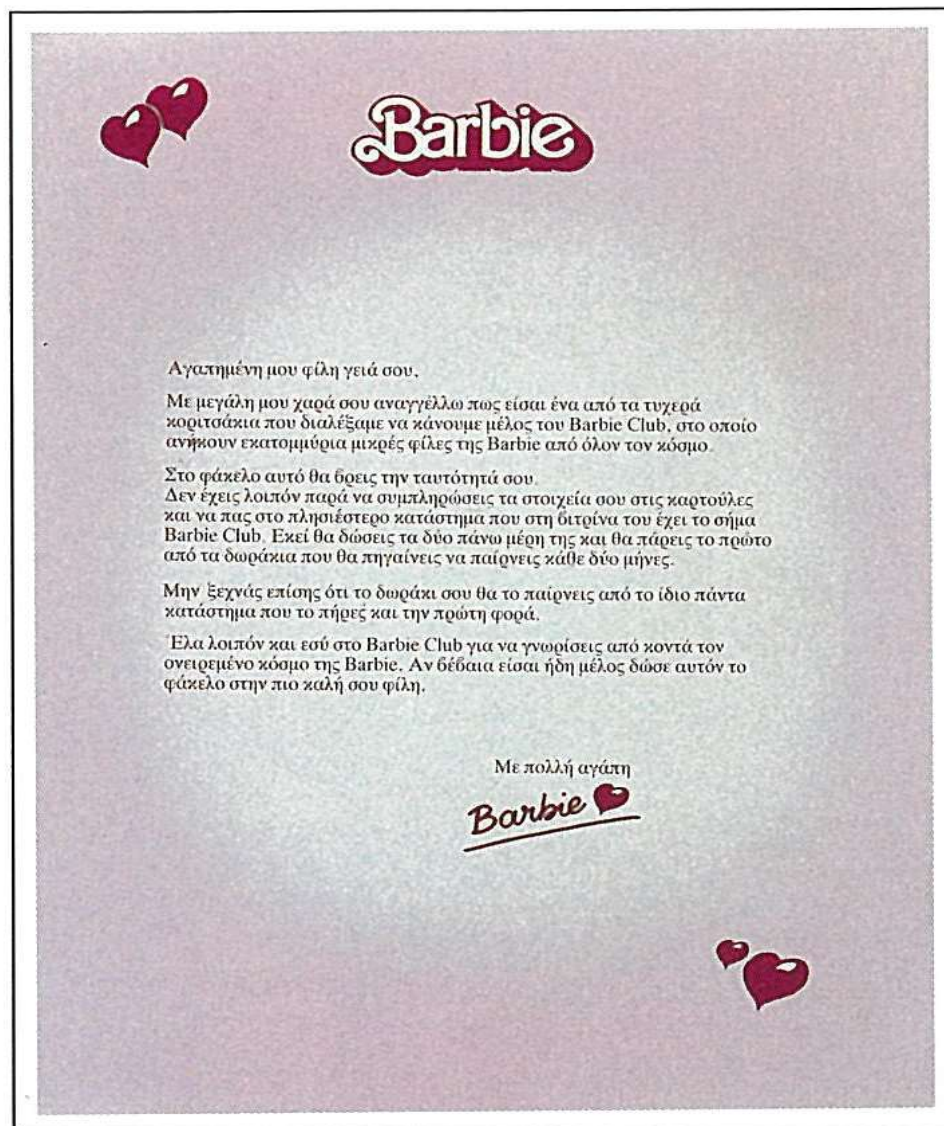
Ακόμη κι αν δεν είστε κάποιο από τὰ κοριτσάκια που θα κερδίσουν τα μεγάλα δώρα, μπορείτε να πάτε στο πλησιέστερο κατάστημα με το σήμα Barbie Club και να γίνετε μέλος του Club για τις φίλες της Barbie. Εκεί θα πάρετε την ταυτότητά σας και το πρώτο από τα προσωπικά σας δώρα έκπληξη που θα παίρνετε εντελώς δωρεάν κάθε δύο μήνες.

- Στα πρώτα κοριτσάκια-μέλη στάλθηκε με το ταχυδρομείο ένα Direct Mail που περιείχε και την ταυτότητά τους.
  - Η ταυτότητα αποτελούσε και τον μηχανισμό παράδοσης των δώρων για το 1988 και 89.
  - Με τα δύο κάτω στελέχη της ταυτότητας, το μέλος μπορούσε 2μηνο να πηγαίνει σε συγκεκριμένο κατάστημα, από όπου έπαιρνε ένα δωράκι από την Barbie.
- Τα δύο άλλα στελέχη ήταν για τον καταστηματάρχη πωλητή.





- Ο καταστηματάρχης δίνοντας το δωράκι, ξεκολλούσε την αυτοκόλλητη καρδούλα και την κολλούσε πίσω από το δικό του στέλεχος.
- Ο πωλητής της Mattel (που είχε το πάνω στέλεχος) επισκεπτόταν το κατάστημα, μετρούσε πόσα δωράκια/καρδούλες έδωσε ο καταστηματάρχης, και του έδινε ή του έστελνε τα δώρα του επόμενου διμήνου.
- Βλέπετε δεν υπήρχαν τότε ....ψηφιακές εφαρμογές για τα πάντα.



Αγαπημένη μου φίλη γειά σου.

Με μεγάλη μου χαρά σου αναγγέλλω πως είσαι ένα από τα τυχερά κοριτσάκια που διαλέξαμε να κάνουμε μέλος του Barbie Club, στο οποίο ανήκουν εκατομμύρια μικρές φίλες της Barbie από όλον τον κόσμο.

Στο φάκελο αυτό θα βρεις την ταυτότητά σου. Δεν έχεις λοιπόν παρά να συμπληρώσεις τα στοιχεία σου στις καρτούλες και να πας στο πλησιέστερο κατάστημα που στη διτρίνα του έχει το σήμα Barbie Club. Εκεί θα δώσεις τα δύο πάνω μέρη της και θα πάρεις το πρώτο από τα δωράκια που θα πηγαίνεις να παίρνεις κάθε δύο μήνες.

Μην ξεχνάς επίσης ότι το δωράκι σου θα το παίρνεις από το ίδιο πάντα κατάστημα που το πήρες και την πρώτη φορά.

Έλα λοιπόν και εσύ στο Barbie Club για να γνωρίσεις από κοντά τον εντυπωσιακό κόσμο της Barbie. Αν δέβαια είσαι ήδη μέλος δώσε αυτόν τον φάκελο στην πιο καλή σου φίλη.

Με πολλή αγάπη

**Barbie** 



Αγαπητοί Γονείς,

Σίγουρα θα έχετε ακούσει για την Barbie και ίσως να έχετε μάθει ότι η Barbie έχει το δικό της Club σε πολλές χώρες του κόσμου με εκατοντάδες χιλιάδες κοριτσάκια - μέλη ηλικίας 6-12 ετών. Σας γνωρίζουμε ότι τώρα μπορεί και η κορούλα σας να γίνει μέλος του Barbie Club.

Αλλά πριν σας μιλήσουμε για το Club, λίγα λόγια για την Barbie. Η Barbie δεν είναι απλά μια κούκλα. Είναι η γλυκειά συντροφιά και το αγαπημένο παιχνίδι και του δικού σας παιδιού, όπως και εκατομμυρίων κοριτσιών σ' όλον τον κόσμο.

Η κούκλα Barbie είναι ένα καλομελετημένο παιχνίδι. Κι αυτό γιατί η Mattel, η εταιρία που το κατασκευάζει, συνεργάστηκε με παιδοψυχολόγους με την επιθυμία να δημιουργήσει το σωστό παιχνίδι για τα κορίτσια της μικρής ηλικίας.

Μάλιστα ο Dr. Bruno Bethelheim που θεωρείται παγκοσμίως ένας από τους μεγαλύτερους παιδοψυχολόγους, υποστηρίζει πως: «Τα επιτυχημένα παιχνίδια είναι σαν τα αγαπημένα παραμύθια. Προκαλούν τη φαντασία των παιδιών και συγχρόνως τη διεγείρουν».

Το Barbie Club είναι ένα «ιδιωτικό» Club για τις μικρές φίλες της Barbie. Η Barbie σε συνδυασμό με το Barbie Club βοηθάει το παιδί στην ανάπτυξη του χαρακτήρα του.

Κάθε δύο μήνες, το Club χαρίζει δώρα που μπορεί να παραλάβει η κορούλα σας με την ταυτότητα του μέλους, σε κάποιο από τα εξουσιοδοτημένα καταστήματα με το σήμα Barbie Club.

Η γεμάτη φαντασία συντροφιά της Barbie, βοηθάει και τη δική σας κορούλα να «μεγαλώσει» σωστά, παίζοντας. Ελπίζουμε λοιπόν πολύ σύντομα, να την καλωσορίσουμε στο Barbie Club.

Πάντα στην υπηρεσία του Παιδιού.

Barbie Club  
Mattel

Υ.Γ. Η συμμετοχή στο club είναι εντελώς δωρεάν.

- Πάνω από 60000 συμμετοχές σε λιγότερο από 6 μήνες, μέσα από μια διαπροσωπική σχέση που δεν θα μπορούσε ποτέ να πετύχει μια καμπάνια ανώνυμου, μη πελατοκεντρικού Marketing.
- Απόδειξη:



- Οι ενθουσιώδεις επιστολές που έστειλαν χιλιάδες κοριτσάκια προς την φίλη τους, την Barbie

- Στο λανσάρισμα προσκλήθηκαν σε μεγάλο ξενοδοχείο οί πελάτες/συνεργάτες της Mattel, όπου τους παρουσιάστηκε η νέα σειρά της Barbie.
- Μια προωθητική ενέργεια δημιουργίας κινήτρων αγοράς, που σχεδιάστηκε από την OgilvyOne ειδικά για το Barbie Club, ολοκλήρωσε το PR Event που είχε προφανώς ως κύριο στόχο το στοκάρισμα της αγοράς και την υποστήριξη και συμμετοχή των καταστηματάρχων στα logistics του Barbie Club.
- Στα 4 slides που ακολουθούν, γίνεται προφανής από τις εικόνες ο μηχανισμός αλλά και τα κίνητρα αγοράς για τους καταστηματάρχες



- Το πληροφοριακό έντυπο σε κοπτικό ταμειακής μηχανής





## • Το εσωτερικό του εντύπου και οι λαχνοί συμμετοχής

ΕΛΑΤΕ ΣΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

**και κερδίζετε!**

**3 τυχεροί κερδίζουν ταξίδια  
στην έκθεση παιχνιδιού  
στο Monte Carlo**

### ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ BARBIE CLUB

Είναι ένα club για τις εκατομμύρια μικρές φίλες της Barbie που τους δίνει τη δυνατότητα να γνωρίσουν καλύτερα τον φανταστικό κόσμο της Barbie και να κερδίσουν μοναδικά δώρα. Το πρόγραμμα Barbie Club λειτουργεί σε διαφορερες «παραλλαγές» στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες με απόλυτη επιτυχία. Στη Γαλλία π.χ. έχει 350.000 μέλη, παρά το γεγονός ότι κάθε μέλος πληρώνει ετήσια συνδρομή 55 γαλλικά φράγκα.

### ΠΩΣ ΘΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΗΣΕΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Στην Ελλάδα δεν χρειάζεται να πληρώσουν συνδρομή οι μικρές φίλες της Barbie, γιατί το κόστος το αναλαμβάνει εξ' ολοκλήρου η MATTEL. Μπορούν να γίνουν μέλη του Barbie Club λαμβάνοντας μέρος σε διαγωνισμούς της Barbie στα παιδικά περιοδικά, σε ειδικές εκδηλώσεις, με άμεση επικοινωνία δι' αλληλογραφίας (Direct mail) από την MATTEL και άλλες διαφημιστικές ενέργειες. Προσέξτε όμως, μπορούν να γίνουν μέλη και να παραλαμβάνουν κάποια από τα δώρα τους μόνο μέσα από καταστήματα που θα έχουν το σήμα Barbie Club.



### ΤΙ ΚΕΡΔΙΖΟΥΝ ΟΙ ΜΙΚΡΕΣ ΠΕΛΑΤΙΣΣΕΣ

Οι μικρές φίλες της Barbie κερδίζουν διάφορα δωράκια, ενημέρωση γύρω από τα τελευταία μοντέλα της Barbie, φυλακινία μέσα από ειδικές εκδηλώσεις και πρωτότυπους διαγωνισμούς και θέβια ψυχαγωγική σποσχόληση με την Barbie - παιχνίδι, που όπως αναφέρουν μεγάλοι παιδοψυχολόγοι έχει θετική συμβολή στη σωστή ανάπτυξη του παιδιού.

### ΤΙ ΕΧΕΤΕ ΕΣΕΙΣ ΝΑ ΚΕΡΔΙΣΕΤΕ

- Εσείς κερδίζετε ευχαριστήμένες μικρές πελάτισσες που ξεκινώντας από την εγγραφή τους, θα επισκέπτονται συχνά το κατάστημά σας για να παραλάβουν τα διάφορα μικρο-δωράκια της Barbie
- Διαφήμιση του καταστήματός σας, γιατί η Mattel διαφημίζει την Barbie και το Barbie Club διαφημίζει έμμεσα και το κατάστημα που συμμετέχουν στο πρόγραμμα και τέλος
- Ευκολίες πωλήρας ενός προϊόντος που όχι μόνο ψυχαγωγεί απόλυτα τα παιδιά αλλά και συμβάλλει θετικά στην ανάπτυξή τους.

### ΠΩΣ ΚΕΡΔΙΖΕΤΕ ΤΑ ΤΑΞΙΔΙΑ

Ο μηχανισμός είναι πολύ απλός και όλοι οι συνεργάτες της Mattel που θα κάνουν αγοράς πάνω από 200.000, έχουν τη δυνατότητα να είναι μέσα στους 3 τυχερούς που θα κερδίσουν από ένα ταξίδι στη φημισμένη έκθεση της Mattel που θα γίνει στο κοσμοπολίτικο MONTE CARLO το πρώτο δεκαήμερο του Νοεμβρίου και που συνδυάζεται με φαντασμαγορικές εκδηλώσεις (Shows κλπ.) με συμμετοχή διεθνών αστέρων του καλλιτεχνικού κόσμου. Συγκεκριμένα, για κάθε αγορά σας ύψους 200.000 δρχ. σε είδη της σειράς Barbie παίρνετε ένα αριθμημένο κουπόνι (θέλετε εσωκλειστο υποδειγμα) που θα σας δοθεί με την παράδοση των αντίστοιχων εμπορευμάτων. Η προσφορά αυτή θα ισχύσει για παραγγελίες που θα δοθούν μέχρι τον Αύγουστο. Με βάση τους αριθμούς των κουπονιών, θα γίνει κλήρωση στις 3/10/88 στα γραφεία της MATTEL, παρουσία συμβολαιογράφου, εκπροσώπων της MATTEL και του κλάδου σας όπου 3 τυχεροί θα κερδίσουν τα αντίστοιχα ταξίδια. Φυσικά όσο περισσότερα κουπόνια έχετε, τόσο περισσότερες οι πιθανότητές σας να κερδίσετε το ταξίδι.



Ένα από τα πιο ολοκληρωμένα προγράμματα πιστότητας στην ελληνική αγορά ήταν το πρόγραμμα **Travel Club των SuperFast Ferries**, με τεχνολογία αιχμής ακόμη και για τα σημερινά δεδομένα.

- ✓ Το **Travel Club για "Frequent Travelers"**, έτρεχε παράλληλα με το πρόγραμμα **SuperClub για οδηγούς φορτηγών**.



Υπήρχε και το πρόγραμμα **Bonus για όλους τους επιβάτες**, και αποτελούσε το βασικό εργαλείο "up selling" και "cross selling", με την **κάρτα Superfast Bonus**, που ήταν παράλληλα και το κλειδί της καμπάνιας.

Οι κάτοχοι της Bonus Card - δηλαδή όλοι όσοι ταξίδευαν με το πλοίο, ιδιώτες ή επαγγελματίες κέρδιζαν :

- Στιγμιαία δώρα σε κάθε σημείο πώλησης που εμφανίζονταν στην ταμειακή απόδειξη.
- Συμμετοχή σε κληρώσεις μετά την συμπλήρωση 500 πόντων.
- Συμμετοχή σε μεγάλη τριμηνιαία κλήρωση.
- Ειδικές κληρώσεις που ανακοινώνονταν κατά καιρούς.
- Δώρα σε ενέργειες όπου συμμετείχαν και άλλες γνωστές εταιρίες/προϊόντα, όπως για παράδειγμα η Coca-Cola.

Η διαφήμιση του προγράμματος on board ήταν:

- Μέσα από το Ταξιδιωτικό Έντυπο,
- Εσωτερικές Μεγαφωνικές Ανακοινώσεις,
- Αφίσες,
- Take one Stands,
- Έντυπα στις καμπίνες,
- Ακόμη και σε Σουβέρ.



## Το Πρόγραμμα Πιστότητας Travel Club

Το πρόγραμμα ακολουθούσε όλες τις προδιαγραφές ενός προγράμματος πιστότητας, δηλαδή:

- **Επιλογή των σημαντικών πελατών.**
- **Παροχή προστιθέμενης αξίας.**
- **Δημιουργία διαχρονικής σχέσης.**
- **Συνεχή αξιολόγηση της ανταπόκρισης.**





Μόλις κάποιος επιβάτης πραγματοποιούσε:

**4 διαδρομές Ελλάδα – Ιταλία ή 2 ταξίδια μετ' επιστροφής** κέρδιζε το δικαίωμα να γίνει **μέλος του Travel Club** συμπληρώνοντας αίτηση εγγραφής στην Ρεσεψιόν του πλοίου.



Τα μέλη του Club απολάμβαναν δώρα και προνόμια όπως:

- **Προσωπική κάρτα μέλους**
- **Συμμετοχή σε point system**
- **Συμμετοχή στο Bonus**
- **Δωροεπιταγές.**
- **Αναβάθμιση θέσης.**
- **Ποτά και γεύματα.**
- **Δωρεάν ταξίδια και εκπτώσεις.**
- **Δώρα SuperFast (στυλό, τσάντα, ρολόι κλπ).**

Όπως και στην περίπτωση του Bonus Club, το Travel Club προωθείτο μέσα

από:

- τη διαφημιστική καμπάνια των **SuperFast Ferries**,
- τα έντυπα στα Πρακτορεία,
- τα Ταξιδιωτικά Γραφεία και κυρίως
- μέσα στο Πλοίο με Αφίσες, Έντυπα, Μεγαφωνικά και παράλληλα
- με την **πρώθηση του Προγράμματος Bonus.**

Υπήρχε επίσης ένα έντυπο, οδηγός εξαργύρωσης πόντων και το σχετικό πιστοποιητικό.



Η σχέση με το μέλος ξεκινάει όπως είδαμε στο Πλοίο και συνεχίζεται με την αποστολή του "Welcome Pack" και ενός δώρου, όπως "Luggage Tags"

Στη συνέχεια υπήρχε ο μηνιαίος απολογισμός (statement), που αποτελούνταν από το Direct Mail, το οποίο κατά καιρούς περιείχε και άλλα έντυπα, που ενημέρωναν για νέα προνόμια.






**Το πρόγραμμα αυτό ήταν ουσιαστικά Business to Business μια και αφορούσε στη σχέση με τους Επαγγελματίες οδηγούς.**



Το Club πρόσφερε ειδικά Προνόμια, Παροχές και Δώρα στους οδηγούς (Έλληνες και ξένους) και ουσιαστικά «ξεκίνησε» πριν ακόμα δρομολογηθούν τα Super Fast Ferries, με μια έρευνα σε οδηγούς φορτηγών, που έγινε στο λιμάνι της Πάτρας και έδωσε σημαντικά στοιχεία, βοηθώντας παράλληλα την δημιουργία της αρχικής Βάσης Δεδομένων.

**AB Plus** 

**yellow**  **w**

 **AEGEAN**



Αποκτήστε τώρα τη **δική σας AB Plus**

και ανακαλύψτε έναν κόσμο  
γεμάτο αποκλειστικές **προσφορές,**  
**διαγωνισμούς και εκπλήξεις!**

**Κάντε την εγγραφή σας**



**AB PLUS ΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΠΡΟΣΦΕΡΕΣ**  
 Κερδίστε επιπλέον πόντους AB Plus από προσφορές σχεδιασμένες μόνο για σας!  
 Μάθετε περισσότερα >



**AB PLUS ΟΡΟΙ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΩΝ ΚΑΙ ΝΙΚΗΤΕΣ**  
 Εγγραφείτε για τους διαγωνισμούς της AB Plus κάρτας και δώστε τους νικήτες!  
 Μάθετε περισσότερα >



**touchpoint**  
 Το σύγχρονο σημείο επικοινωνίας με την AB  
 Εγγραφείτε για τα οφέλη & τις δυνατότητες που σας προσφέρει!  
 Μάθετε περισσότερα >



**plus 50 πόντοι**  
**plus 25 πόντοι**

**ΕΥΝΟΤΗΣΙΕΣ**  
 Εγγραφείτε από τις συνεργασίες μας και απολαύστε!  
 Μάθετε περισσότερα >

**bonus**  
**PIRELLI**  
 φυσικό νερό

Αυτές τις γιορτές, τα  
δώρα... σου φέρνουν  
περισσότερα yellows!

Κάθε μέρα 50 ταπεινά κορόιβια από 50.000  
yellows!

ΜΑΔΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ



## Έχεις Επιχείρηση;

Ήρθε το yellow business, για τις Μικρές Επιχειρήσεις και τους Ελεύθερους Επαγγελματίες, για να κερδίσεις yellows με τις επαγγελματίες σου συναλλαγές.

ΜΑΚΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ →





The image shows the top section of the Aegean Miles and Bonus website. At the top right, there is a navigation bar with the following items: "ΑΕΓΕΑΝ ΓΡΟΥΠ", "ΒΟΗΘΕΙΑ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ", "ΕΛΛΗΝΙΚΑ" with a dropdown arrow, and a search icon labeled "αναζήτηση". Below this is a dark blue header with the Aegean logo on the left and navigation links: "Οργανώστε", "Ταξιδέψτε", "Ανακαλύψτε", "Miles+Bonus", and "My Aegean" with a user profile icon. The main banner features a scenic background of three people sitting on a rocky cliff with their arms raised, overlooking a valley. The text "Miles + Bonus" is displayed in a light font, followed by the headline "ΕΔΩ ΚΑΘΕ ΜΙΛΙ ΕΙΝΑΙ ΠΟΛΛΑ ΠΑΡΑΠΑΝΩ!". At the bottom left of the banner, there are two buttons: "ΕΓΓΡΑΦΗ" (blue) and "ΕΙΣΟΔΟΣ" (white with a grey border).

## Ανακαλύψτε τα Miles+Bonus προνόμια

Το Miles+Bonus ανταμείβει γενναιόδωρα την προτίμησή σας με προνόμια και υπηρεσίες που μετατρέπουν κάθε σας ταξίδι σε μια μοναδική εμπειρία! Κάθε βαθμίδα σας προσφέρει μεγαλύτερη ευελιξία, άνεση και ευκολία πριν, κατά τη διάρκεια και μετά από κάθε σας πτήση!



[Περισσότερα](#)

## Εξαργύρωση μιλίων

Τι είναι καλύτερο από το να κερδίζετε μίλια; Να τα μετατρέπετε σε ότι επιθυμείτε!

Μετατρέψτε τα μίλια που έχετε συγκεντρώσει σε πτήσεις με την Aegean και την Olympic Air ή ανακαλύψτε εκατοντάδες προορισμούς παγκοσμίως μέσα από το δίκτυο της Star Alliance. Επιπλέον, μπορείτε να εξαργυρώνετε τα μίλια σας σε αναβάθμιση θέσης αλλά και σε προϊόντα και υπηρεσίες του συνεχώς αναπτυσσόμενου δικτύου συνεργατών μας. Πώς θα χρησιμοποιείτε τα μίλια σας είναι στο χέρι σας!



**Αεροπορικές εταιρίες**

> Δείτε περισσότερα  
ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗΣ ΜΙΛΙΩΝ



**Διαμονή**

> Δείτε περισσότερα



**Ενοικίαση αυτοκινήτου**

> Δείτε περισσότερα



**Αγορές**

> Δείτε περισσότερα



**Φαγητό & Ποτό**

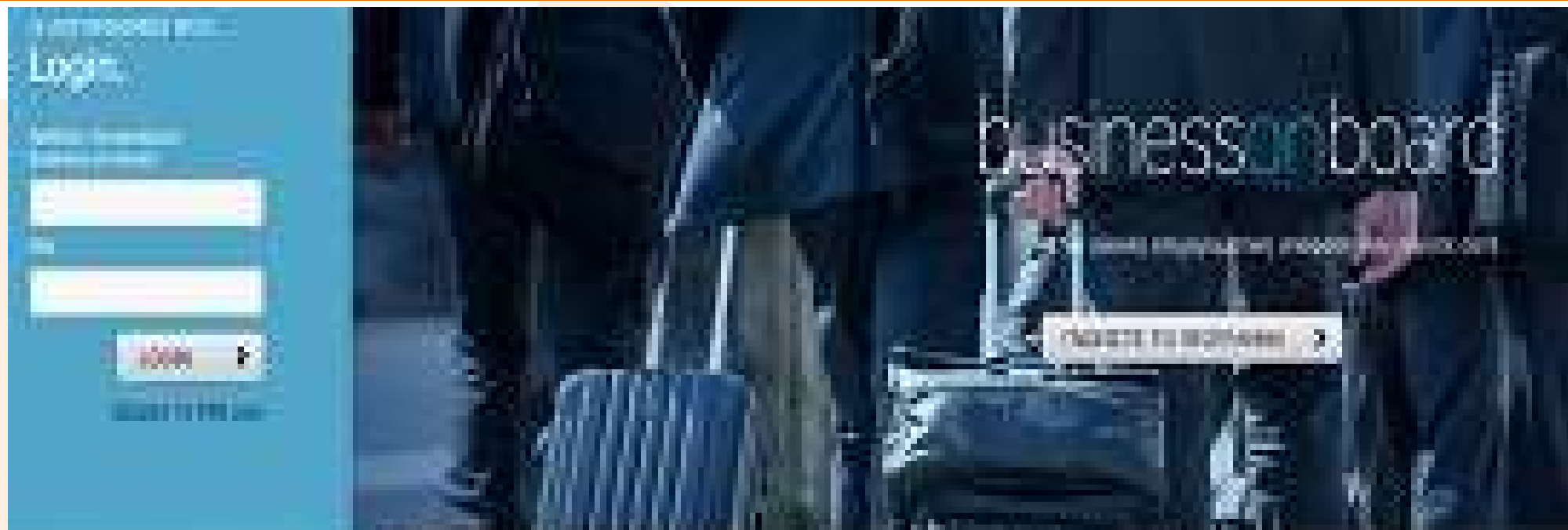
> Δείτε περισσότερα



**Πολιτισμός & Διασκέδαση**

> Δείτε περισσότερα





**Επιχειρηματική Προσέγγιση**    **Αναπτυξιακή, Βιώσιμη και Κοινωνική**    **Επινοητική**    **Επικοινωνιακή**

Επιχειρηματική Προσέγγιση    Αναπτυξιακή, Βιώσιμη και Κοινωνική    Επινοητική    Επικοινωνιακή

**ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ**  
 Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

Η επιχειρηματική προσέγγιση είναι η βάση για την ανάπτυξη και την βιωσιμότητα της επιχείρησης. Η επιχειρηματική προσέγγιση είναι η βάση για την ανάπτυξη και την βιωσιμότητα της επιχείρησης.

**ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ**  
 Η ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

Η αναπτυξιακή προσέγγιση είναι η βάση για την ανάπτυξη και την βιωσιμότητα της επιχείρησης. Η αναπτυξιακή προσέγγιση είναι η βάση για την ανάπτυξη και την βιωσιμότητα της επιχείρησης.

**ΕΠΙΝΟΗΤΙΚΗ**  
 Η ΕΠΙΝΟΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

Η επινοητική προσέγγιση είναι η βάση για την ανάπτυξη και την βιωσιμότητα της επιχείρησης. Η επινοητική προσέγγιση είναι η βάση για την ανάπτυξη και την βιωσιμότητα της επιχείρησης.

Η ταχεία εξάπλωση των Προγραμμάτων Πιστότητας, οφείλεται στο γεγονός ότι το Μάρκετινγκ Πιστότητας (Loyalty Marketing), βασίζεται στην “κερδισμένη” πιστότητα και αποκλειστικότητα των υπάρχοντων πελατών και την δύναμη της προσέλκυσης νέων.

Τα επιτυχημένα προγράμματα κινήτρων και επιβράβευσης οφείλουν να παρέχουν σημαντικότερα λογικά ή και συναισθηματικά κίνητρα για τους νέους πελάτες έναντι οποιουδήποτε ανταγωνιστικού προγράμματος επιβράβευσης και παράλληλα να αποτρέπουν τους υπάρχοντες πελάτες από τη μετάβαση τους σε ανταγωνιστικά προγράμματα, πάντα σε ισορροπία κόστους και οφέλους.



Τα πιο πρόσφατα προγράμματα Loyalty Marketing βασίζονται και σε ιογενείς τεχνικές (Viral Marketing) κυρίως μέσα από τα Social Media για την διάδοση και προτροπή μέσω word of mouth.

Παράλληλα, η ψηφιακή τεχνολογία επιτρέπει την συνεργασία των «ιδιοκτητών» των προγραμμάτων με πολλούς τρίτους/συνεργάτες, και την online διαχείριση του, ενώ η πρόσβαση των συνεργαζόμενων επιχειρήσεων στα μέλη των προγραμμάτων, αιτιολογεί απόλυτα το κόστος τους για την συμμετοχή, παροχή εκπτώσεων και λοιπών κινήτρων.

Η θέση των προγραμμάτων πιστότητας στην διαδικασία απόκτησης, διατήρησης και αύξησης των πελατών αφορούσε αρχικά την διατήρηση αλλά πλέον επηρεάζει όλο το φάσμα "Get, Keep, Grow Customers".

**Περισσότερα θα βρείτε στην Βιβλιοθήκη του ΚΕΜΕΛ.**