

GfK LOYALTY CARDS CZ

Supermarkety & Potraviny
Drogerie & Kosmetika
Lékárny & Zdraví
Oděvy & Obuv
Sport
DIY & Nábytek
Nákupní centra
Čerpací stanice
Ostatní retail
Doprava & Cestování
Finance
Kavárny & Fast Food
Ostatní služby
Multipartnerské věrnostní karty



STUDIE VĚNUJÍCÍ SE VZTAHU ZÁKAZNÍKŮ K VĚRNOSTNÍM KARTÁM A PROGRAMŮM

Studie Loyalty cards je volně prodejná studie, která přináší přehled o znalosti, vlastnictví a využívání věrnostních karet a mapuje postoje zákazníků k jednotlivým věrnostním programům a k nabízeným benefitům. V neposlední řadě studie přináší segmentaci zákazníků podle jejich postoje k věrnostním kartám a jejich využívání. Přináší tak cenné informace jak pro firmy, které plánují věrnostní program zavést, tak pro společnosti, které uvažují o jeho optimalizaci.

Postoje k věrnostním kartám

- » Počet vlastněných/využívaných věrnostních karet
- » Atraktivita nabízených benefitů
- » Bariéry, které odrazují od používání věrnostních karet
- » Využívání mobilních aplikací pro věrnostní programy

Věrnostní karty

- » Znalost, vlastnictví a využívání jednotlivých věrnostních karet
- » Net Promoter Score
- » Celková spokojenost s kartou
- » Oceňované vlastnosti karty
- » Vliv věrnostní karty na frekvenci nákupu v prodejně
- » Emocionální vztah k věrnostní kartě

Segmentace zákazníků

- » Rozdělení zákazníků do segmentů
- » Sociodemografické charakteristiky jednotlivých segmentů
- » Chování segmentů ve vztahu k věrnostním programům
- » Preferované benefity a vlastnosti
- » Nadprůměrně využívané karty

Profil (Scorecard) vybraných věrnostních karet

- » Podíl uživatelů věrnostní karty mezi zákazníky řetězce
- » Sociodemografické charakteristiky uživatelů karty
- » Zastoupení jednotlivých segmentů zákazníků
- » Hodnocení a vnímání karet (Net Promoter Score, celková spokojenost, oceňované vlastnosti, bariéry pro využívání karty)

Metodika sběru dat

- » Online sběr rozhovorů (CAWI)
- » Kvantitativní průzkum na reprezentativním vzorku 700 respondentů, obyvatelé ČR ve věku 15–65 let (online populace)

Dostupnost a cena studie

- » Cena první kopie (ČJ nebo AJ verze) je 89.900,- Kč + DPH
- » Druhá jazyková mutace (ČJ nebo AJ verze) á 4.000,- Kč + DPH
- » Studie vychází v listopadu 2016
- » Je k dispozici v tištěné a elektronické verzi

PRO VÍCE INFORMACÍ NÁS PROSÍM KONTAKTUJTE

Petra Nadaská | petra.nadaska@gfk.com | +420 251 117 530
alebo navštívte www.gfk.com/cz