



Regardez dans les cartes de vos clients !

Cher client

Les questions suivantes ne vous sont sûrement pas inconnues :

- Quelles sont les mesures que j'utilise pour fidéliser mes clients ?
- Comment modéliser le dialogue avec mes clients ?
- Comment positionner mes mesures par rapport à la concurrence ?

Carte client comme partie du CRM

Dans beaucoup d'entreprises, le marketing relationnel fait partie de l'orientation stratégique. Au premier plan se trouve la construction et le maintien d'une relation à long terme avec le client.

Il y a pour cela une raison économique simple : les frais pour la prise en charge d'un client existant sont largement moins élevés que les frais que provoque l'acquisition d'un nouveau client.

Vos avantages grâce à l'intégration de beOneSPORT®

- Gestion des données clients intégrée
- Gestion précise des transactions pour chaque client
- Evaluation standard pour les publipostages
- Reconnaissance automatique à la caisse du client
- Analyse individuelle pour :
 - chaque client et son historique d'achat
 - différents segments de clients
 - différents groupes de marchandises



Notre offre pour vous :

b1 consulting sa vous livre les cartes clients prêtes à l'emploi. Différentes options sont disponibles :

- Impression: 1 ou 2 côtés, monochrome, couleur ou mélangée
- Couleur de la carte: blanche, dorée, argenté, etc...
- Degré de personnalisation: non personnalisé (numérotation continue)
personnalisé (nom, prénom, adresse, num. du client, etc...)
- Design: d'après vos données
- Quantité: à partir de 200 cartes par commande

Intéressé ?

Prenez contact avec nous. Nous vous conseillons volontiers sur les différentes possibilités comment utiliser beOneSPORT® dans vos concepts marketing.

Quelques idées pour l'utilisation des cartes clients

Newsletter

Envoyez régulièrement un courrier d'information ou une petite Newsletter avec des offres à vos clients possédants une carte client. Effectuez des actions spécifiques comme « Exclusivement pour nos clients avec une carte client, ou la collection d'été donne le double de point bonus ». Vous pouvez ainsi liquider vos stocks avant les soldes sans devoir réduire vos marges autant que d'habitude lors des soldes. De plus vos clients fidèles se sentent particulièrement bien traités, ce qui a un impact positif sur la fidélité de vos clients et sur votre chiffre d'affaire.

Événements « VIP »

Invitez vos clients à des événements « VIP ». Par exemple la présentation de la nouvelle collection avant le début de la vente officielle de celle-ci. Ce qui est important, c'est que les possesseurs de cartes clients se déplacent dans votre magasin et aussi qu'ils se sentent membres d'un groupe spécifique. Votre avantage : chiffre d'affaire et fidélisation du client plus élevé.

Supplément

Préparez un petit supplément (paire de chaussettes pour une paire de chaussure, cravate pour un costume) exclusivement pour les possesseurs de cartes clients. L'avantage pour vous : le client va même pas avoir l'idée de vouloir marchander le prix et aura le sentiment d'être un client spécial. Cela fidélise.

Prestation de service

Utilisez le pouvoir du paquet. Créez des multipacks avec vos prestations de services existantes et informez les possesseurs de cartes clients là-dessus. Votre carte client aura encore plus de valeurs et sera encore plus attractive pour le client.

Si vous avez des questions, nous restons volontiers à votre disposition.

Votre b1c Team

