



Aktiivisesti hyödynnetty kanta-asiakkuusjärjestelmä tuo kauppaan uusia asiakkaita ja vahvistaa vanhojen asiakkaiden uskollisuutta.

KANTA-ASIAKKUUS HOUKUTTELEE ASIAKKAAN OSTOKSILLE UUDESTAAN

Teksti: Lasse Talvitie

Kanta-asiakkuusjärjestelmä tuo uusia asiakkaita ja houkuttelee nykyisiä ostamaan enemmän.

– Kun yritys haluaa kasvaa, kanta-asiakkuusjärjestelmään sijoittaminen on erinomainen keino, vanhempi konsultti **Jussi Virtanen** Kustannusosakeyhtiö Koivuniemestä sanoo.

Järjestelmä lisää myyntiä kahdella tavalla: se tuo uusia asiakkaita ja sitouttaa vanhat asiakkaat ja saa heidät ostamaan enemmän.

– Kanta-asiakasedut vahvistavat asiakasuskollisuutta. Sen ansiosta myynnin kasvattaminen on helpompaa olemassa olevien asiakkaiden kautta kuin uusia asiakkaita hankkimalla, Virtanen sanoo.

MAKSAA ITSENSÄ TAKAISIN NOPEASTI

Kanta-asiakasjärjestelmän perustamisen hinta on varsin kohtuullinen. Kustannuksia tulee itse järjestelmästä, esimerkiksi SKJ:n liiketoimintajärjestelmän kanta-asiakkuusmoduulista, kanta-asiakaskorteista, markkinoinnista ja mahdollisesti myyntitapahtumista.

– Oikein hyödynnettynä järjestelmä

maksaa itsensä takaisin ja alkaa tuottaa voittoa nopeasti, Virtanen sanoo.

Virtanen korostaa, että kanta-asiakkuusjärjestelmä ei ole isojen ketjujen yksinoikeus, vaan se soveltuu myös pienille kasvua hakeville yrityksille.

VAHVISTAA EDULLISTA HINTAMIELIKUVAA

Kanta-asiakkuuseduilla luodaan myönteinen hintamielikuva, jonka avulla asiakas houkutelaa ja uusien etujen myötä sitoutetaan kauppaan. Kun ”normaali-” ja kanta-asiakasetuhinta esitetään markkinoinnissa ja myymälän hintakylteissä rinnakkain, kanta-asiakkuuden houkuttelevuus korostuu.

– Kanta-asiakasetuja voidaan luoda monenlaisia ja kauppias joutuu miettimään, mikä parhaiten istuu hänen liiketoimintatapaansa. Samalla pitää miettiä alennusten suuruudet, jotta kate pysyy halutulla tasolla myynnin volyymin kasvussa, Virtanen sanoo.

Bonusjärjestelmä on käytössä yleisim-

min. Siinä asiakkaan kaikki ostokset kartuttavat bonusta, joka aikanaan tilitetään asiakkaalle ostohyvityksinä.

Kanta-asiakaskortti voi oikeuttaa alennuksiin tietyistä tai kaikista tuotteista. Kauppias voi myös lähettää kanta-asiakkaille euro- tai prosenttimääräisiä etuseleitä, paperi- tai sähköpostina tai mobiiliviesteinä.

EDELLYTTÄÄ AKTIIVISUUTTA KAUPPIAALTA

Kanta-asiakkuusjärjestelmä ei yksin tee autuaaksi. Kauppiiaan pitää aktiivisesti hyödyntää sitä.

Virtasen mukaan kannattaa kokeilla erilaisia myyntipilotteja ja uusia tuoteryhmiä. Niiden testaaminen onnistuu hyvin kanta-asiakastarjouksina.

Kanta-asiakkaaseen pitää olla yhteydessä säännöllisesti muutaman kerran vuodessa, jotta asiakassuhde säilyy tuoreena. Oikein ajoitetuilla kanta-asiakaskampanjoilla voidaan piristää hiljaisia myyntiaikoja ja panostaa alkaviin sesonkeihin ja juhla-aikoihin.

– Jokaisessa kontaktissa pitää asiakkaalle tarjota jokin vain kanta-asiakkaille annettava etu, Virtanen muistuttaa.

Virtanen muistuttaa myös yllätysten tärkeydestä. Rahallisesti pienetkin yllättävät edut luovat kaupasta myönteistä mielikuvaa.

KOHDISTETTUA MARKKINOINTIA

– Kun kanta-asiakkuusetuja kehitellään, pitää tarkkaan miettiä, mille kohderyhmälle ne suunnataan, Virtanen sanoo.

Muotikaupan asiakkaista valtaosa on naisia, joten on luonnollista antaa etuina naisia kiinnostavia tuotteita. Jos kuitenkin halutaan kasvattaa miesasiakkaiden määrää, pitää kehittää heitä kiinnostavia etuja.

Kehittynyt kanta-asiakasjärjestelmä, kuten SKJ:n liiketoimintajärjestelmä, mahdollistaa asiakkaita ja heidän ostokäyttäytymisestään koskevan tiedon keräämisen. Näin markkinointi voidaan suunnata valitulle joukolla, jonka tiedetään jo entuudestaan olevan kiinnostunut tarjotuista tuotteista ja muista eduista.

KORTTI VAI EI

Perinteisessä järjestelmässä kanta-asiakkaalla on yrityksen kortti, jolla hänet tunnustetaan. Uusimpia radiotaajuuksia hyödyntäviä RFID-kortteja ei tarvitse käyttää lukijassa, sillä lukulaite tunnistaa kortin muutaman sentin etäisyydeltä.

Kanta-asiakaskortti ei kuitenkaan enää ole välttämätön. Integroidussa järjestelmässä kanta-asiakkuus tunnustetaan kassalla esimerkiksi henkilö- tai ajokortin avulla.

– Seuraava askel on mobiili kanta-asiakaskortti. Siinä kanta-asiakkuustunniste on sijoitettu mobiililaitteeseen, yleensä puhelimeen, josta lukulaite sen kassalla lukee. Mobiilikortin tekniikka on jo käytössä, Virtanen kertoo.

JÄRJESTELMÄ SÄÄSTÄÄ RAHAA

SKJ Business -liiketoimintajärjestelmään voi liittää kanta-asiakkuusmoduulin, jonka avulla kanta-asiakkuuksien monipuolinen hallinnointi käy helposti.

– Järjestelmä antaa mahdollisuuden kanta-asiakkuuksien perusteelliseen hyödyntämiseen tai toimimisen yleisemmällä tasolla. Kauppias itse päättää, kuinka haluaa järjestelmää hyödyntää, asiantuntija **Jukka Miinalainen** Myymälätieto Oy:stä sanoo. Myymälätieto toimii SKJ:n asiantuntijana yhteistyössä Muotikaupan liiton kanssa.

Kauppias voi esimerkiksi itse määritellä, kuinka paljon bonusta kertyy ja minkä suuruisen ostokertymän jälkeen. Määrittelyä voi vapaasti muutella tilanteen niin vaatiessa. Bonuksille voidaan määri-

tellä kertymäkausi ja se ajanjakso, jonka aikana bonukset on käytettävä. Jos taas kauppias haluaa, että asiakas voi käyttää bonukset heti seuraavan oston yhteydessä, sekin on mahdollista.

SKJ:n järjestelmä kerää asiakkaista ja heidän ostokäyttäytymisestään tietoa, jota voidaan hyödyntää kanta-asiakkuuksien hoitamisessa. Järjestelmä esimerkiksi tietää, ketkä asiakkaat ovat ostaneet tietynmerkkisiä vaatteita. Heille voidaan lähettää tarjouspostia, kun samanmerkkisiä tuotteita on taas tullut myyntiin. SKJ:n järjestelmään sisältyy kampanjaominaisuus, jonka avulla kanta-asiakkuuskampanjat on helppo hoitaa.

– Järjestelmä auttaa tekemään rahaa kahdella tavalla: se houkuttelee asiakkaita ostoksille ja toisaalta säästää kertyy, kun markkinointi hoidetaan kohdenneusti, Miinalainen korostaa.

SKJ Business -liiketoimintajärjestelmä on täysin synkronoitu ja se mahdollistaa monikanavakaupan pyörittämisen helposti. Sen avulla kauppias tavoittaa asiakkaat niin kivijalkamyymälässä kuin verkossa ja tukkukapassa.

– Kanta-asiakkuusjärjestelmä toimii myös verkkokaupassa, Miinalainen muistuttaa.

Myymälätieto toimittaa järjestelmän toivotussa kokoonpanossa ja haluttaessa myös kaikkine laitteineen.

– Voimme toimittaa myös kanta-asiakaskortit valmiina painatuksineen, Miinalainen lupaa.

