

CASE

Drukwerkdeal

www.drukwerkdeal.nl

One-stop shop voor drukwerk, reclamematerialen, werkkleding en relatiegeschenken.



Prooflink

Beloon jarenlange loyaliteit!

“Drukwerkdeal.nl is van oudsher een sterk merk dat gek is met zijn vaste klanten,” aldus Sylvia Vroklage, marketingmanager bij Drukwerkdeal.nl. “Het voelt voor ons als een logische stap om iets te plaatsen tegenover hun jarenlange loyaliteit aan ons bedrijf.”

Belonen & Stimuleren

Drukwerkdeal heeft zowel B2C als B2B klanten en beide groepen worden bediend in het “Gewoon Sparen” loyaliteitsprogramma. De klanten van Drukwerkdeal worden beloond voor het doen van aankopen, voor het inschrijven op de nieuwsbrief, het schrijven van een review en voor diverse acties op social media.



Naast het willen belonen van klanten “gewoon” omdat ze al jarenlang loyaal zijn aan Drukwerkdeal, heeft Drukwerkdeal ook doelstellingen gekoppeld aan het Gewoon Sparen programma.

- ★ Vergroten van deelnemers
- ★ Database / profiel verrijking
- ★ Omzet vergroten

Slimme features

Rewards koppelen aan levels

Binnen het Gewoon Sparen programma wordt er bij het tonen van de rewards rekening gehouden met het level waarin de deelnemer actief is. Zo is het mogelijk om bepaalde rewards alleen te tonen aan nieuwe deelnemers (level 1), maar ook om wat duurdere rewards alleen te tonen aan deelnemers met veel punten.

Relevante acties tonen

Dankzij slimme businessrules worden bepaalde acties alleen op relevante momenten getoond. Zo wordt iemand die pas een aankoop heeft gedaan, gevraagd naar het schrijven van een productreview of naar het plaatsen van een foto van het geleverde drukwerk.

Uitnodigen van vrienden

Een goede accelerator voor het spaarprogramma van Drukwerkdeal is de "friend invite". Middels deze functie zijn deelnemers in staat om heel eenvoudig hun Facebook vrienden uit te nodigen. Op deze manier groeit het aantal deelnemers van het programma heel snel. Bovendien is het een aantrekkelijke manier om punten te verdienen.

Spaardoel instellen

Deelname aan het Gewoon Sparen programma begint bij het instellen van een spaardoel. Dit spaardoel speelt een prominente rol in het programma. Naast de progressbar van de levels, ziet men exact hoe ver zij verwijderd zijn van hun gewenste reward wat motiveert tot het uitvoeren van acties.

Het resultaat

+8%

orderwaarde

Loyale klanten die deelnemen aan het programma laten een hogere orderwaarde zien in vergelijking met normale klanten. Na het lanceren van hun Gewoon Sparen programma zag Drukwerkdeal de overall orderwaarde stijgen. Het verschil in orderwaarde tussen deelnemers en niet-deelnemers is maar liefst 8%.

+7%

aankoopfrequentie

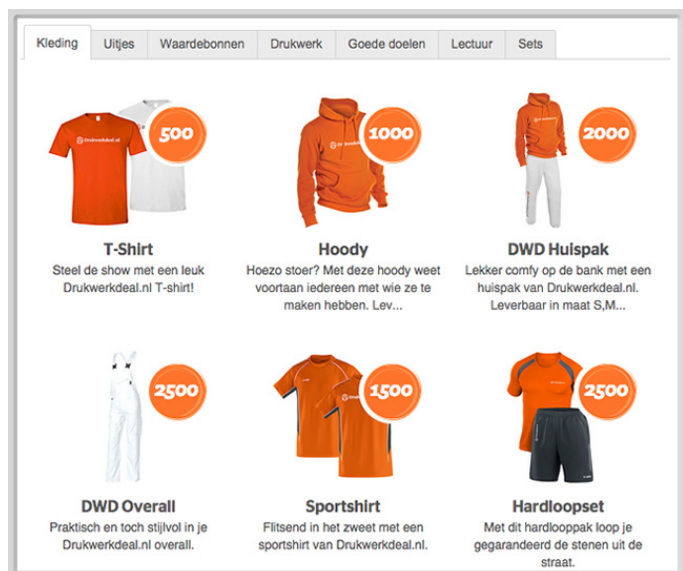
Niet alleen zorgt het loyaliteitsprogramma van Drukwerkdeal ervoor dat klanten per aankoop meer besteden, ook komen deze klanten vaker terug. Deelnemers komen terug om punten te verdienen en te verzilveren in plaats van dat ze andere aanbieders bezoeken.

+128%

meer deelnemers

Sinds de start van het Gewoon Sparen is het aantal deelnemers meer dan verdubbeld. Met het oog op bovenstaande cijfers is Drukwerkdeal er alles aan gelegen om het aantal deelnemers nog verder te laten stijgen. Dat kan via nieuwe klanten, maar ook moet het percentage deelnemers onder bestaande klanten omhoog. Per maand stijgt het aantal deelnemers nu met zo'n 8% tov de maand ervoor!

Impressie Gewoon Sparen programma



Drukwerkdeal biedt tientallen rewards aan, aan de deelnemers van het programma. Om dit aantrekkelijk en overzichtelijk te tonen, is er voor gekozen om de rewards in categorieën onder te verdelen.

De "friend invite" feature is een van de meest krachtige tools om op een snelle manier nieuwe deelnemers (en klanten) aan te trekken.

Deze feature is zeer eenvoudig in gebruik. Men hoeft alleen de vrienden te selecteren en deze uit te nodigen, het programma doet de rest.



Werkwijze Prooflink

Prooflink levert een volwaardig, ready-to-use loyalty programma. Geen lastige integratieprocessen, geen impact op IT en inclusief een aantal campagnes waarmee de marketeer direct aan de slag kan.

Implementatie start met een workshop waarin de engagement acties worden gedefinieerd aan de hand van Prooflinks standaard set van acties. Samen met het puntensysteem is dit de basis van het systeem. Na livegang wordt het systeem wekelijks geoptimaliseerd door Prooflinks loyalty experts. Op dagelijkse basis biedt het programma rapportages.

Wilt u weten wat wij voor u kunnen betekenen?

Bel met Prooflink via 0226 - 331 449 of mail naar info@prooflink.com