

ФОРМИРОВАНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ ПОКУПАТЕЛЕЙ В ЗООМАГАЗИНЕ (НА ПРИМЕРЕ ЧП «ЗООХАУС»)

Лояльность — положительное отношение потребителей ко всему, что связано с деятельностью отдельной организации, а также с торговой маркой, выражающееся в предпочтении торговой марки или товаров этой организации по сравнению с товарами конкурентов. Лояльность может проявляться по отношению к определенной торговой сети.

Программа лояльности заключается не только в предоставлении каких-либо бонусов постоянным клиентам, но и в выполнении целого комплекса дополнительных мер, направленных на повышение расположения покупателя, его вовлеченности и ценности услуг, товаров или самого магазина в глазах потребителя.

Исследование программы лояльности проводилось на материалах ЧП «ЗООХАУС». Были проанализированы инструменты лояльности магазина, а также проведено сравнение с конкурентами.

Для привлечения новых и повышения лояльности постоянных покупателей организация использует следующие инструменты: сайт с актуальными ценами, доставку и самовывоз заказов, дисконтную программу, рекламу и систему скидок (общих и персональных).

В дисконтную программу входит карта покупателя, по которой предоставляется скидка 1 % — на любые покупки, 2 % — от 29 руб., 3 % — от 49 руб. и 4 % — от 99 руб. Проводятся также акции «1+1»: вторая единица одного и того же товара предоставляется бесплатно. По пятницам проходит акция: при покупке 2 единиц одного товара дается скидка 20 % [1].

Анализ по конкуренту — ООО «Ветзообазар» — выявил ряд преимуществ ЧП «ЗООХАУС», прежде всего по цене на товары. Например, корм сухой Brit Premium для собак мелких пород стоит в данном магазине 11 руб. 82 коп., а у конкурентов — 12 руб. 9 коп. Если бесплатная доставка заказов у ЧП «ЗООХАУС» осуществляется при стоимости товаров от 39 руб., то у конкурентов — при заказе товара на общую сумму более 40 руб. ЧП «ЗООХАУС» насчитывает 95 магазинов, т.е. на 4 больше, чем у конкурентов.

Таким образом, ЧП «ЗООХАУС» превосходит своих конкурентов благодаря применению инструментов, влияющих на лояльность покупателей.

Источник

1. Интернет-зоомагазин e-zoo.by [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://e-zoo.by>. — Дата доступа: 22.11.2022.