



“ Trouwe klanten belonen en nieuwe verleiden ”



WAAROM?

Hoe beloon je trouwe klanten en verleid je nieuwe klanten? Met een voordeelactie sla je die twee vliegen in één klap. En het wordt nog beter. Niet alleen kopen klanten meer; ze leren ook een nieuw product uit je assortiment kennen.

Bekijk eerst of een voordeelactie aansluit bij je klantenprofiel en de uitstraling van je zaak. De actie zou zowel voor je klanten als voor je zaak extra toegevoegde waarde moeten bieden. Kies eerder een makkelijk product als basisproduct en verhoog hiervan lichtjes het normale aankoopvolume.

Koopt je klant iets meer dan gepland, dan krijgt hij een extraatje. Voor het gratis extraatje kies je voor een minder gekend of nieuw product, bijvoorbeeld een nieuwe bereiding, een nieuwe fles wijn uit het assortiment of een seizoensvis waarmee je start in je winkel.



BETER WEL

- Voldoende voorraad voorzien. Tracht het succes van de actie goed in te schatten, zodat je niemand moet teleurstellen.
- Maak vooraleer je aan de actie begint een prijsberekening en weeg de kosten en baten goed af.
- De actie breed aankondigen. Een stoepbord voor zowel je trouwe klanten als de toevallige voorbijganger, affiche in de winkel, toogdisplay, advertentie in de streekkrant, je website... Je doelpubliek moet de aankondiging minstens twee keer gezien hebben.
- Licht je personeel goed in. Hun motivatie en inzet geeft de doorslag bij je klanten om deel te nemen.



BETER NIET

- Acties te snel op elkaar laten volgen.
- Acties te lang laten duren. Geef de duur van de actie duidelijk aan.



TIPS & TRICKS

- De wet verbiedt verkoop met verlies. De verkoopprijs moet minstens gelijk zijn aan de totale kostprijs van de actie. Het is raadzaam om je goed te informeren over de wetgeving omtrent het opzetten van een promotie-actie.
- Plaats het basisproduct én cadeauproduct opvallend en aantrekkelijk in de winkel tijdens de actieperiode.