



“Doğrudan Pazarlama Ödülleri”  
**Başvuru Formu**

# Kayıt Formu

Kategori No	V – 2. Sadakat Uygulamaları
Reklamı Yapılan Ürün/ Hizmet	xxx- MÜŞTERİ SADAKAT KARTI
Marka	A
Reklamveren	B
Ajans	C
Kampanya Tarihleri	Ekim 2007 – devam ediyor

# Bilgi Formu

## Amaç:

Müşterilerin profilini bilmek ve nasıl değiştiğini izleyebilmek, müşterilere göre daha doğru ürün ve pazarlama stratejileri geliştirmek, geliştirilen stratejilerin hedeflenen kitlelere ulaştığını görebilmek ve bağlılık yaratarak müşterinin uzun dönemli olarak elde tutulmasını sağlamak ve yaşam boyu değerini artırabilmektir.

## Çözüm:

- Lansman Program stratejileri oluşturuldu (SWOT analizi, şirket içi kart programı beklentilerinin belirlenmesi, müşteri anketi)
- Program yapısı planlandı ve INS formatına uygun bir kartlandırma yapısı oluşturuldu. Sistem gereksinimleri belirlendi, IT altyapısında çeşitli geliştirmeler yapıldı ve mağaza ödeme sistemleri altyapısının kart sistemi alt yapısıyla uyumlu hale getirilmesi sağlandı. E-postalama ve SMS gönderimi sistemi kuruldu.
- Fayda yapısı finansal analizi hazırlandı. Kart Fayda Yapısı: İlk kullanımda %15 indirim sonraki alışverişlerde %5 puan. Kart süreçleri oluşturuldu.
- A markasının bir kurum genelinde benimsenmesi amacıyla satış personeli için bir teşvik yapısı oluşturuldu ve ülke genelinde sadakat kart programı ile ilgili eğitim verildi. Yaratıcı çalışmalar yapıldı; kartın ismi ve tasarımı tamamlandı, başvuru formu ile mağaza içi görsel materyaller basıldı. Eski kart sahipleri teker teker aranarak bilgi güncellemesi yapılarak A kart istekleri soruldu, isteyenler kartlandırıldı.
- Müşterinin kart programına katılımını arttırmak amacıyla sunulan maddi faydaların yanısıra markayla manevi bağının oluşturulmasını sağlayan kampanya iletişim planının oluşturulması ve uygulanması sağlandı.
- İzinli iletişim prensiplerine uygun olarak mobil, web, radyo, dergi, gazete kanallarından kampanya duyuruları yapıldı.
- Kartlandırmayı belli dönemlerde artırmak amacıyla Kartlandırma Destek Aktiviteleri düzenlendi.
- Y markası ile işbirliği yapılarak ortak kampanya düzenlendi.

## Sonuç:

Hedef kitle : Mağazalara giren 18 yaş üstü tüm müşteriler ( yaklaşık 1.000.000 kişi )

Uygulama Süresi: 2007-2008

Hedeflenen kart sayısı yıllık : 271.000

Dağıtılan kart sayısı : 290.000

Hedef gerçekleştirme %107

Kart Aktiflik Oranı: %85

İletişim kanalları : Dergi, Radyo, Mağaza, Call center, Web, doğrudan postalama ,E-mail ve SMS