Klantloyaliteit: feit of fabel?

10-11-2005 01:00

Gamma, Praxis, Karwei en enkele kleinere ketens kwamen deze zomer met een voordeelpas. De kaarten maken deel uit van een loyaliteitssysteem. Doel hiervan: klantentrouw genereren en dus de klant verleiden tot herhalingsaankopen. Wat is het nut van deze zogenaamde loyaliteitssystemen? En worden de verzamelde gegevens wel voldoende benut door de winkeliers? MIX ging op onderzoek uit en merkt dat Intergamma zich al bezint op diverse ‘grapjes’.

Marc Nelissen