

představuje obchodníkům - odběratelům velkoobchodů ČEPOS:

KOMPLEXNÍ SLUŽBA VĚRNOSTNÍHO SYSTÉMU “KLUB ČESKÉ CENY”



PROVOZNÍ, MARKETINGOVÉ A PRÁVNÍ ZAJIŠTĚNÍ
VĚRNOSTNÍHO SYSTÉMU VE VAŠEM OBCHODĚ

DÁRKY ZA NÁKUP VÝROBKŮ ČESKÁ CENA
OD VÝROBCE PRO VAŠE ZÁKAZNÍKY

MOŽNOST NASTAVENÍ VLASTNÍCH
PODMÍNEK A BENEFITŮ OBCHODNÍKEM

VÝHODY PRO OBCHODNÍKA

Hotový obchodní model věrnostního systému, kdy zákazník získává od výrobce odměny za nákup výrobků Česká cena a obchodník si nastavuje vlastní benefity pro věrné zákazníky.

Právní rámec věrnostního systému (pravidla věrnostního systému, podmínky členství v klubu, GDPR).

Plastové zákaznické karty s potiskem 1. strany (možnost potisku 2. strany dle požadavku obchodníka, potisk 2. strany je na náklady obchodníka).

Provozní zajištění věrnostního systému (formuláře přihlášek, webové stránky www.klubceskeceny.cz, dárky za nákup výrobků Česká cena, asistenční služba).

Marketingová podpora (regálové stopery pro výrobky Česká cena, označení prodejny, plakáty).

Možnost využití věrnostního systému i pro vlastní motivační programy obchodníka (slevové karty, zaměstnanecké karty, vlastní věrnostní systém, apod.).

POŽADAVKY NA OBCHODNÍKA

Vystavovat a prodávat alespoň 5 výrobků za speciální cenu pro členy klubu (dle výběru obchodníka, na náklady obchodníka), zboží Česká cena označovat regálovým stoperem.

Aktivně nabízet členství ve věrnostním Klubu České ceny zákazníkům, předávat zákaznické karty a přihlášky s doplněným číslem karty zájemcům o členství.

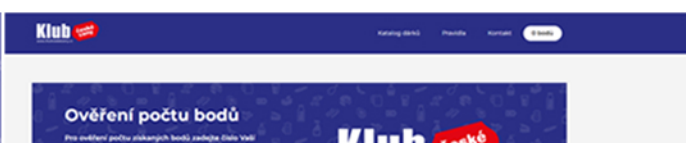
Shromažďovat vyplněné přihlášky a zasílat elektronické kopie přihlášek (sken nebo fotografie) na e-mail info@klubceskeceny.cz.

Používat pokladní systém PROFIKASA s modulem PK Věrnostní systém.

Klub české ceny PŘIHLÁŠKA

ČÍSLO ZÁKAZNICKÉ KARTY: (doplň prodejna)

2	3	4	5	4	5	6	9
---	---	---	---	---	---	---	---



OTÁZKY A ODPOVĚDI

JAKÝM ZPŮSOBEM ZÍSKÁ ZÁKAZNÍK ZÁKAZNICKOU KARTU KLUBU ČESKÉ CENY?

Zákazník získá zákaznickou kartu společně s přihláškou v partnerské prodejně.

Zákaznická karta je ihned funkční, umožňuje zákazníkovi získávat body za nákup výrobků Česká cena i speciální ceny pro členy klubu.

Zákazník vyplní přihlášku a předá na prodejně po obdržení karty nebo kdykoliv později.

Pozn.: Pokud zákazník nepředá vyplněnou přihlášku a nadále používá neregistrovanou zákaznickou kartu, je karta v pokladním systému nadále plně funkční (poskytuje speciální ceny a načítá body), avšak neumožňuje směnu bodů za dárky. Takovou kartu lze při řízení markování identifikovat a zákazníka upozornit nebo kartu neakceptovat, případně kartu zablokovat.

JAK JE INFORMOVÁN ZÁKAZNÍK O PROBÍHAJÍCÍ VĚRNOSTNÍ AKCI NA PRODEJNĚ?

Zboží Česká cena je v regálové liště označeno kromě cenovky také stoperem, který informuje zákazníka, že jako člen klubu získá 1 bod za každých 25 Kč hodnoty zboží.

Zboží, které se pro členy klubu nabízí za speciální cenu, je v regálové liště označeno cenovkou, která obsahuje kromě "běžné ceny" také zvýrazněnou cenu pro členy klubu.

JAK PROBÍHÁ MARKOVÁNÍ NÁKUPU?

Při průchodu pokladní zónou předloží zákazník zákaznickou kartu, nejlépe na začátku markování, nebo kdykoliv v průběhu (ceny jsou pak upraveny zpětně), ze které pokladní sejme čárový kód nebo přepíše část čísla karty do pokladního systému.

Následně systém prostřednictvím internetové komunikace ověří platnost karty, kontext provozovny a klubu České ceny a nastaví pro zákazníka 2. cenu u zboží, kde jsou zadány.

Body za nákup výrobků Česká cena (1 bod za každých 25 Kč hodnoty výrobků) jsou na konto zákazníka připsány v průběhu nočního zpracování.

JAK PROBÍHÁ SMĚNA BODŮ ZA DÁRKY?

Na webových stránkách www.klubceskeceny.cz může zákazník po zadání čísla zákaznické karty ověřit množství nasbíraných bodů na příslušném zákaznickém účtu (k jednomu zákaznickému účtu lze přiřadit více zákaznických karet a body na účtu se tak sčítají).

Z nabídky dáreků na webových stránkách zákazník podle počtu bodů, která má k dispozici, vybere a objedná dárek, který mu bude doručen prostřednictvím partnerské prodejny nebo jiným způsobem.

JAKÉ DALŠÍ MOŽNOSTI MÁ OBCHODNÍK POUŽÍVAJÍCÍ VĚRNOSTNÍ SYSTÉM?

V rámci provozovny vytvářet více skupin zákazníků z hlediska věrnostních akcí (např. všichni zákazníci, zaměstnanci, VIP).

Vytvářet vlastní věrnostní akce různých typů (informativní, napočítávaná, 2. cena, sleva).

Přiřazovat skupiny zákazníků k různým věrnostním akcím (akce nápočet bodů pro Klub České ceny, akce použití 2. ceny pro Klub České ceny, akce sleva pro zaměstnance, apod.). Ke skupině zákazníků lze současně přiřadit více věrnostních akcí.