

# Hoe loyaliteitsprogramma's tekortschieten

02-04-2015 12:48

Loyaliteitprogramma's gaan niet mee met de tijd en weten niet langer consumenten aan zich te binden. Zo hebben worden veel programma's nog niet in bepaalde mate gepersonaliseerd en zijn punten of coupons zelden nooit via de smartphone in te wisselen. Toch niet onbelangrijk in een tijd waarin we daar gemiddeld 221 keer per dag op kijken.

Het rapport '[Fixing the Cracks: Reinventing Loyalty Programs for the Digital Age](#)' van Capgemini Consulting onthult dat het aantal actief participerende klanten in loyaliteitsprogramma's vaak laag is en dat 89 procent van de meningen die op sociale media over klantloyaliteitsprogramma's worden geuit, negatief zijn. En geeft voorbeelden van hoe het wel moet.