

'HEMA moet loyaliteitsprogramma lanceren'

08-06-2015 13:32

Wanneer HEMA weer een marketingdirecteur aanstelt is het hoog tijd om zijn loyaliteitsprogramma in Nederland te introduceren. Dat zegt retailexpert Rupert Parker Brady in een [blog](#) op RetailWatching.

Het loyaliteitsprogramma wordt volgens Parker Brady al sinds december 2013 onder alle Nederlandse medewerkers getest. In Duitsland werkt de retailer al sinds november 2014 met het 'Kundenprogramm'. "Maar niet van harte", aldus de retailexpert. "Waarschijnlijk ziet ceo Tjeerd Jegen, supermarktman in hart en nieren, er wel de waarde van in."

Bij het loyaliteitsprogramma in Duitsland krijgen deelnemers van 'Mein HEMA' bij elke bestede euro één punt. Bij honderd punten krijgen ze een cadeaubon ter waarde van vijf euro. Daarnaast krijgen ze aanbiedingen en persoonlijke verrassingen.

HEMA is in ons land 'koning in prijspromoties waarbij klanten zelf kortingen moeten stickeren op producten', aldus de retailexpert. Dat is volgens hem echter puur uit nood geboren om zo van de voorraad af te komen. Hij vraagt zich af of de winkelketen onder de streep iets aan de actie overhoudt.

Parker Brady zet verder vraagtekens bij deze defensieve strategie, omdat HEMA volgens hem over genoeg 'producthelden uit eigen stal' beschikt om concurrenten als Flying Tiger en Action te verslaan. "Die hoeft je niet in prijs te verlagen, je moet juist beter vertellen waarom het helden zijn en tegelijkertijd nieuwe helden introduceren."