

HEMA verstrekte al miljoen klantenpassen

01-02-2017 13:50



HEMA heeft drie weken na de lancering van zijn loyaliteitsprogramma een miljoen klanten aan zich gebonden. Tweederde heeft voor vijftig cent een plastic pas aangeschaft en een op de drie heeft de app gedownload.

Het enthousiasme van de klanten overtreft volgens de retailer zijn eigen verwachtingen. Topman Tjeerd Jegen noemde het op het Anton Dreesmann Jaarcongres essentieel dat HEMA na ruim negentig jaar eindelijk een loyaliteitsprogramma heeft. "Elke retailer moeten weten wie zijn klant is", stelt hij.

Het loyaliteitsprogramma is bovendien een alternatief touchpoint voor de folder, waarvan de verspreiding onder druk staat. Zo wijst Jegen erop dat de folder in Amsterdam door de ja/ja-sticker mogelijk 'als eerst ten grave wordt gedragen'.

De winkelketen laat verder weten dat er inmiddels 150 duizend bij elkaar gespaarde kortingsbonnen zijn ingewisseld. Ook haalden ruim zesduizend jarigen hun gratis tompouce op. Het merendeel van die klanten koopt volgens HEMA ook direct zijn verjaardagsbenodigdheden in de winkel, zoals taart en feestartikelen.

Leden van het loyaliteitsprogramma 'Meer HEMA' krijgen een punt voor iedere euro die ze besteden, die ze kunnen inwisselen voor digitale kortingsbonnen. Het komende jaar wil de retailer het programma uitbreiden, met onder meer evenementen als een wijnproeverij, dubbele puntenacties en extra functies in de app.