

Loyaliteitsprogramma van HEMA stimuleert omzet

02-06-2017 16:45



HEMA heeft binnen vijf maanden na de lancering van zijn loyaliteitsprogramma meer dan twee miljoen klanten aan zich gebonden. Zo'n één op de drie heeft de app gedownload, de rest schafte een klantenpas van 'meer HEMA' aan.

Het loyaliteitsprogramma zorgt volgens HEMA niet alleen voor loyalere klanten, maar ook voor meer online klanten. Vijftigduizend leden hebben inmiddels voor het eerst iets online gekocht in de webshop van de retailer.

Ook de winkelverkoppen nemen een vlucht dankzij het loyaliteitsprogramma. Zeventigduizend leden haalden op hun verjaardag gratis een tompouce af, waarbij zestig procent ook direct een taart of andere producten van HEMA kocht. Het loyaliteitsprogramma is daarmee een verlengstuk van het merk geworden, stelt directeur customer and digital Adriana Hoppenbrouwer. "Ik kan niet wachten totdat we het programma in de rest van de Europese HEMA-landen gaan uitrollen."

HEMA wil klanten op basis van hun aankopen beter informeren over relevante producten en aanbiedingen. Daarnaast krijgen ze voor iedere euro die ze uitgeven een punt, die ingewisseld kan worden voor digitale vouchers. Er zijn inmiddels ruim zevenhonderdduizend vouchers ingewisseld.