

'Nederlandse consument wil betalen voor geweldige retailervaring'

05-04-2018 09:07



Traditionele loyaliteitsprogramma's waarbij klanten bijvoorbeeld punten sparen voor korting zijn verouderd en klantenvriendelijk. Consumenten willen op een meer diepgaande en betekenisvolle manier waarde uitwisselen met hun favoriete retailer. "En de meesten willen daarvoor betalen", zegt retailfuturist Doug Stephens in het aprilnummer van RetailTrends.

Het Prime-abonnement van Amazon is volgens Stephens een duidelijk voorbeeld dat traditionele loyaliteitsprogramma's achterhaald zijn. Het lidmaatschap is niet sec een beloningssysteem, maar de toegangssleutel tot Amazons ecosysteem met meer waarde, service en content voor de leden.

Een ander voorbeeld is luxe meubelketen Restoration Hardware, dat tegen het jaarlijkse bedrag van honderd dollar The RH Members Program aanbiedt. Naast kortingen van 25 procent (en nog eens twintig procent op afgeprijsde voorwerpen) en vroege toegang tot nieuwe collecties biedt het volgens Stephens iets essentieels aan de vaste klant: gratis consults met interieurexperts.

Ook Nederlandse consumenten zijn volgens hem klaar om te betalen voor loyaliteit, zoals ze ook voor een

lidmaatschap bij golf-, tennis- of zakenverenigingen geld over hebben. Daarom willen ze ook betalen 'om lid te worden van een geweldige retailervaring', stelt Stephens. "We moeten misschien nog een beetje wennen aan dit concept, maar we zien de acceptatie van retailidmaatschappen al toenemen."

In het aprilnummer van RetailTrends wordt uitgebreid stilgestaan bij de voordelen van een lidmaatschap. Nog geen member van RetailTrends? [Klik hier voor informatie over een membership.](#)