

Douglas steekt loyaliteitsprogramma in nieuw jasje

23-11-2018 12:10



Het Beauty Card-programma van Douglas ondergaat een 'volledige transformatie'. Naast een re-branding, maakt de beautyketen voortaan onder meer onderscheid tussen loyale en 'zeer loyale' klanten.

Voor de leden van het loyaliteitsprogramma is een speciale website ontwikkeld, waar klanten kunnen inloggen in een persoonlijke omgeving. Daar zien zij onder meer de kaartgegevens, het aantal gespaarde 'beauty points', welke vouchers beschikbaar zijn en waarvoor punten verzilverd kunnen worden. Daarnaast biedt de nieuwe onlineomgeving beautytips en nieuws dat gebaseerd is op de persoonlijke interesses van de bezoeker.

Premiumleden krijgen extra voordelen ten opzichte van gewone members. Zo krijgen ze meer kortingen en één keer per jaar een extra korting op hun favoriete product. Door de nieuwe cross-channelaanpak krijgt ieder lid een 'persoonlijke customer experience', zo klinkt het. Douglas wil zijn klanten zo beter leren begrijpen en faciliteren.

Douglas heeft 113 winkels in ons land, waarvan er negentien in handen zijn van franchisenemers. In totaal heeft de winkelketen 2500 parfumerieën in negentien Europese landen. De retailer maakte onlangs bekend miljoenen te investeren in de vernieuwing van ruim tweeduizend winkels en de webshop.