



Neuromarketing van Loyaliteit en Customer Relationship Management

Lunch-webinar

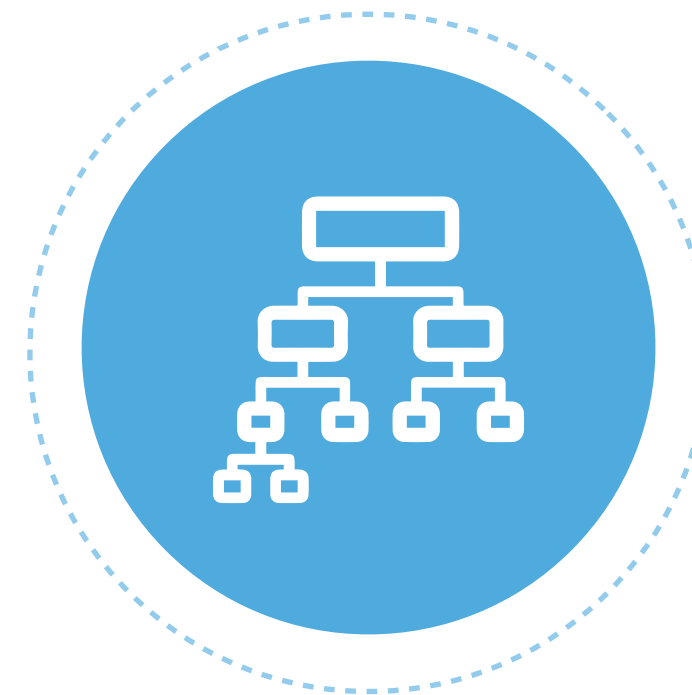


Webinar Loyaliteit & CRM

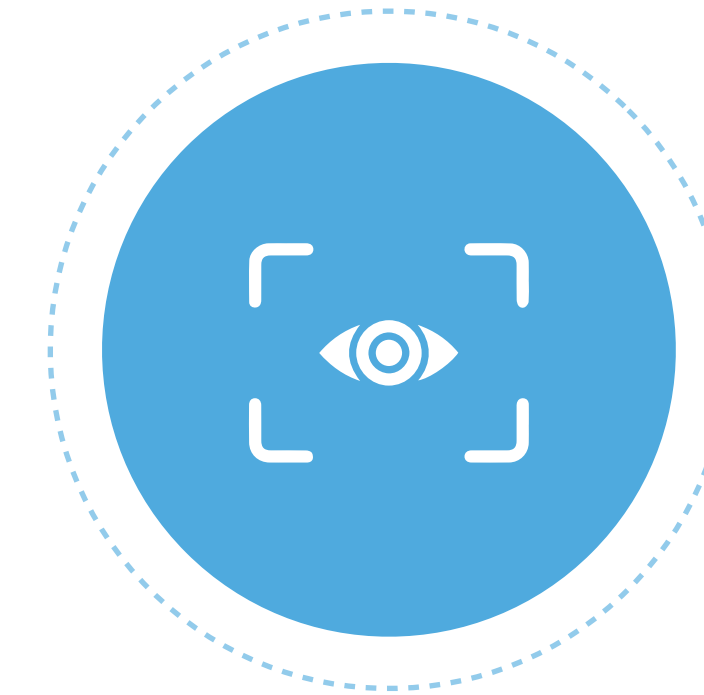
Topics van vandaag



Loyaliteit als merk KPI
Is het zinvol? Het probleem van passievolle loyaliteit



Loyaliteitsprogramma's
De psychologie van repeat purchase boosters



CRM Psychologie
Strategieën om churn te verlagen

De **#1** Misvatting over loyaliteit. **De Love Brand**

I 
BRAND

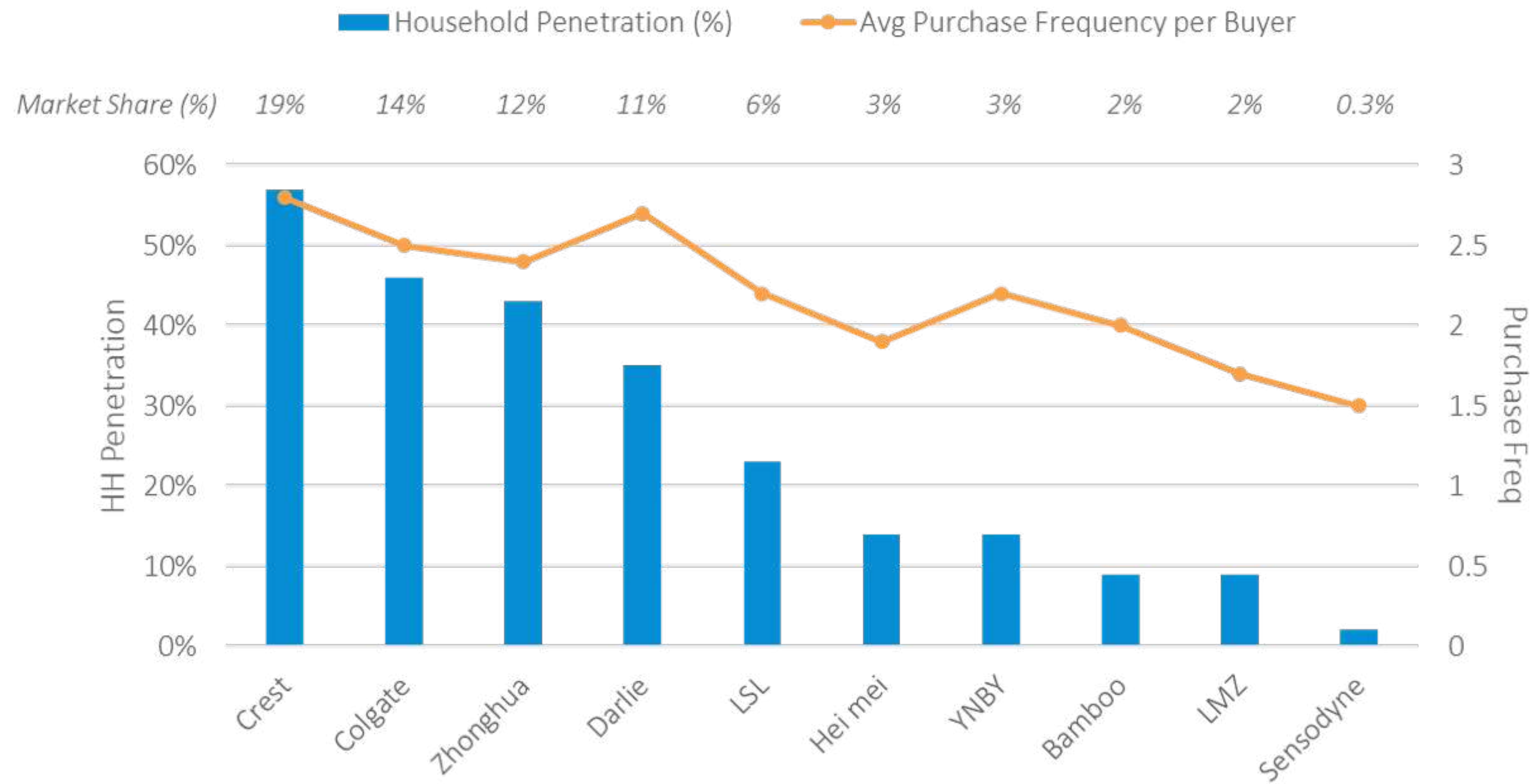
Love Brand

Loyaliteit komt van nature, zonder passie

- De Double Jeopardy Law (Sharp, 2010)
- Van de Coca-Cola-kopers koopt 41% ook Pepsi. Van de Pepsi-kopers koopt 72% ook Coca-Cola
- Exclusieve loyaliteit binnen categorie: slechts 11%



Purchase Frequency vs Penetration for Toothpaste Brands in China



Love Brand

Loyaliteit komt van nature, zonder passie

Targeting

Lichte gebruikers of
zware gebruikers?

Boodschap

Vernieuwing of
consistentie?

Metrics

- Loyalty
- Brand Love
- Brand ambassadorship
- CEPs
- Brand Assets

Love Brand

Loyaliteit komt van nature, zonder passie

➤ En Apple en Harley Davidson dan?



De helft van Apple-kopers schaft erna een PC aan. Dell-gebruikers zijn trouwer.



Trouwste gebruikers vormen slechts 3,5% van de omzet.

Our Econometric Research Confirms: Acquisition Drives Growth



**Maar heeft investeren in
loyaliteit dan helemaal geen zin?**

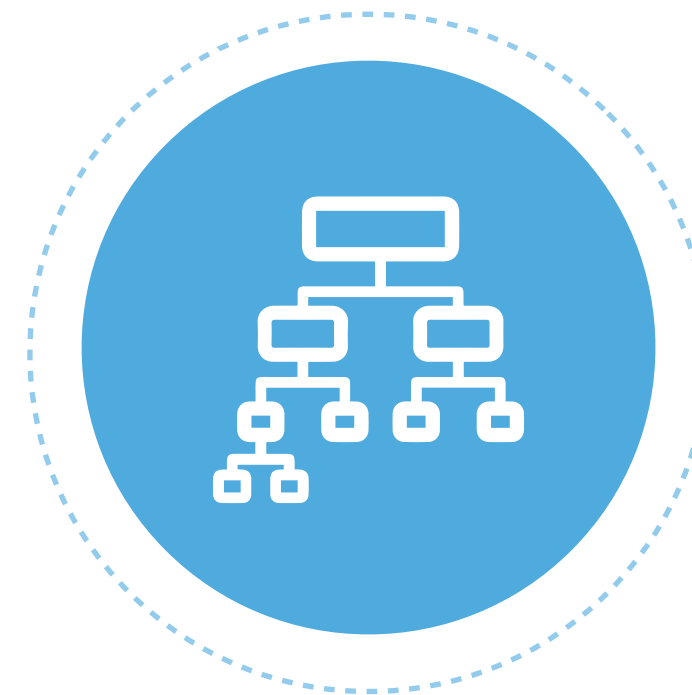


Webinar Loyaliteit & CRM

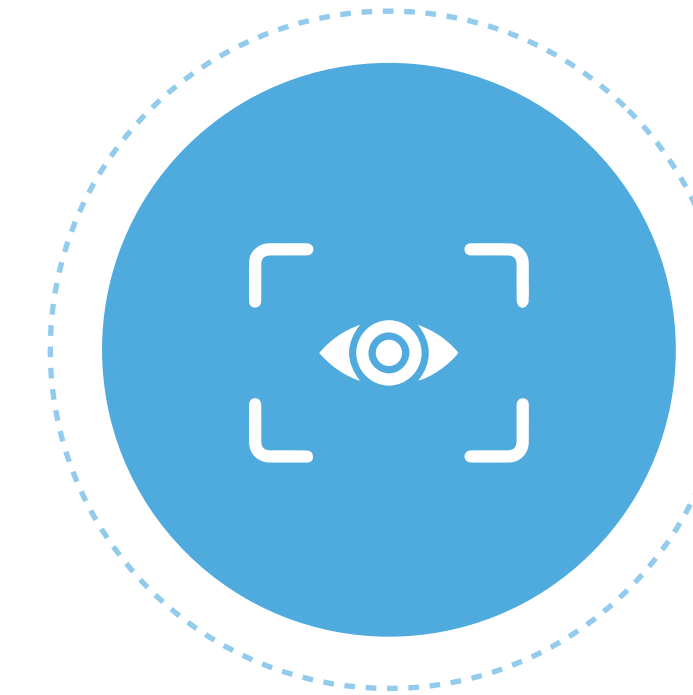
Topics van vandaag



Loyaliteit als merk KPI
Is het zinvol? Het probleem van passieve loyaliteit



Loyaliteitsprogramma's
De psychologie van repeat purchase boosters



CRM Psychologie
Strategieën om churn te verlagen

**Mensen hoeven niet van je merk
te houden om het vaker te kopen!**

Commitment begint met een goede start

19% 34%

Spaarkkaart A

<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Spaarkkaart B

<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

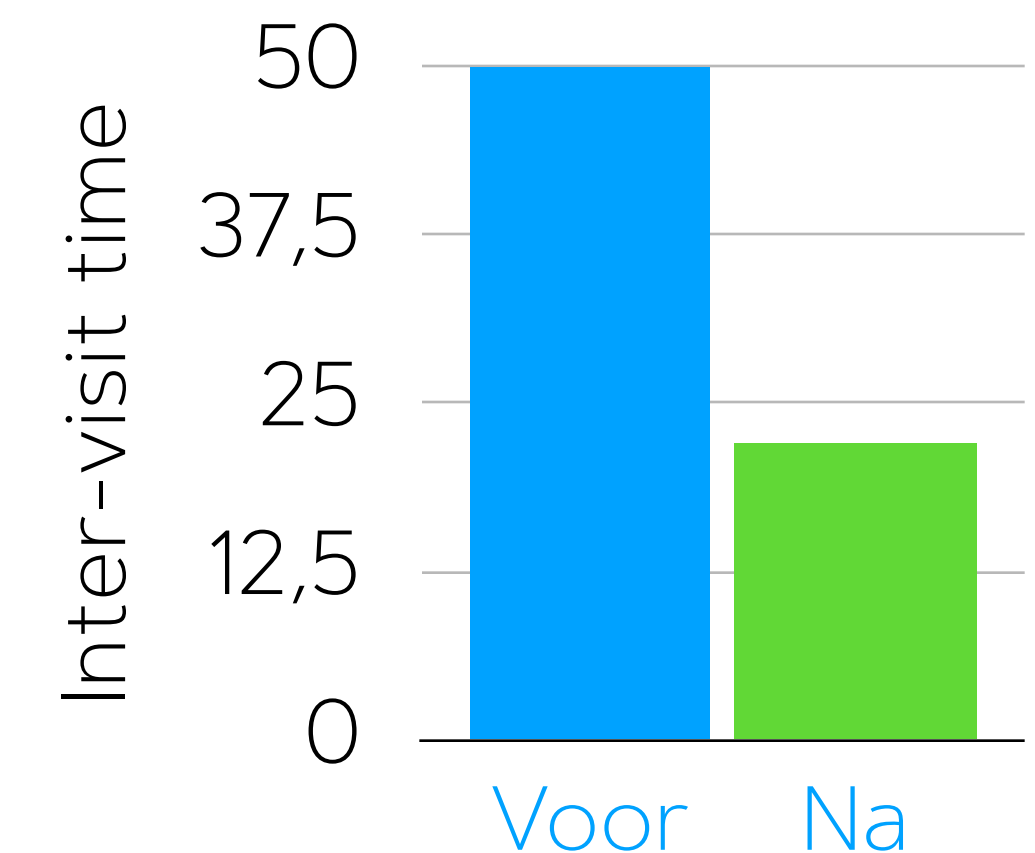
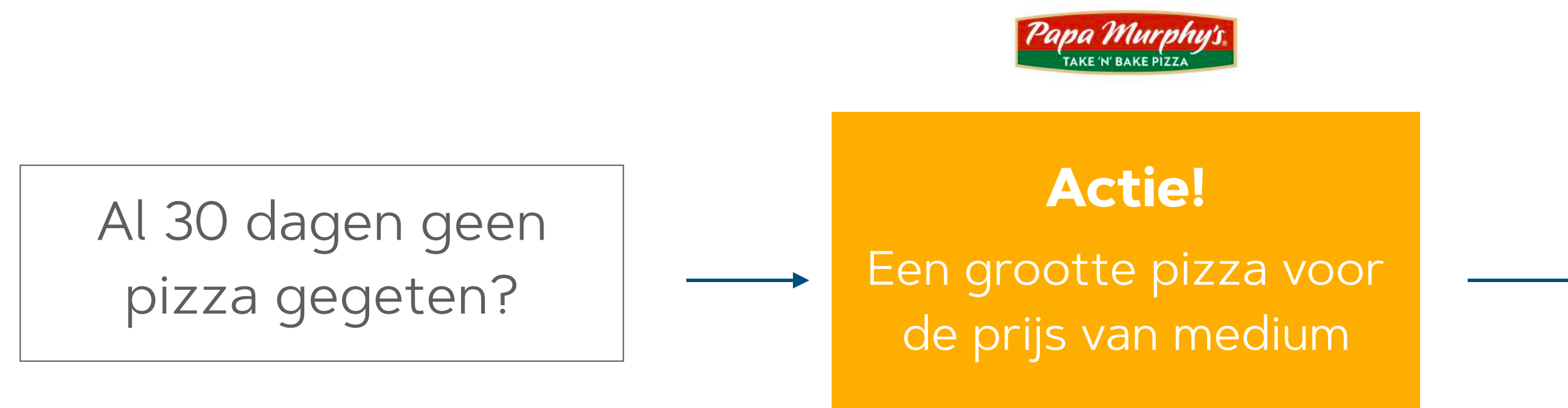
Loss aversion



100 XP
SILVER

Mobile Loyalty Programs

- De coupon is terug!



- Schatting: redemption rate gestegen van 1% regulier naar 10% op mobile (Shankar, 2014)

Het Hooked Model: Creëer positieve feedback loops

Trigger

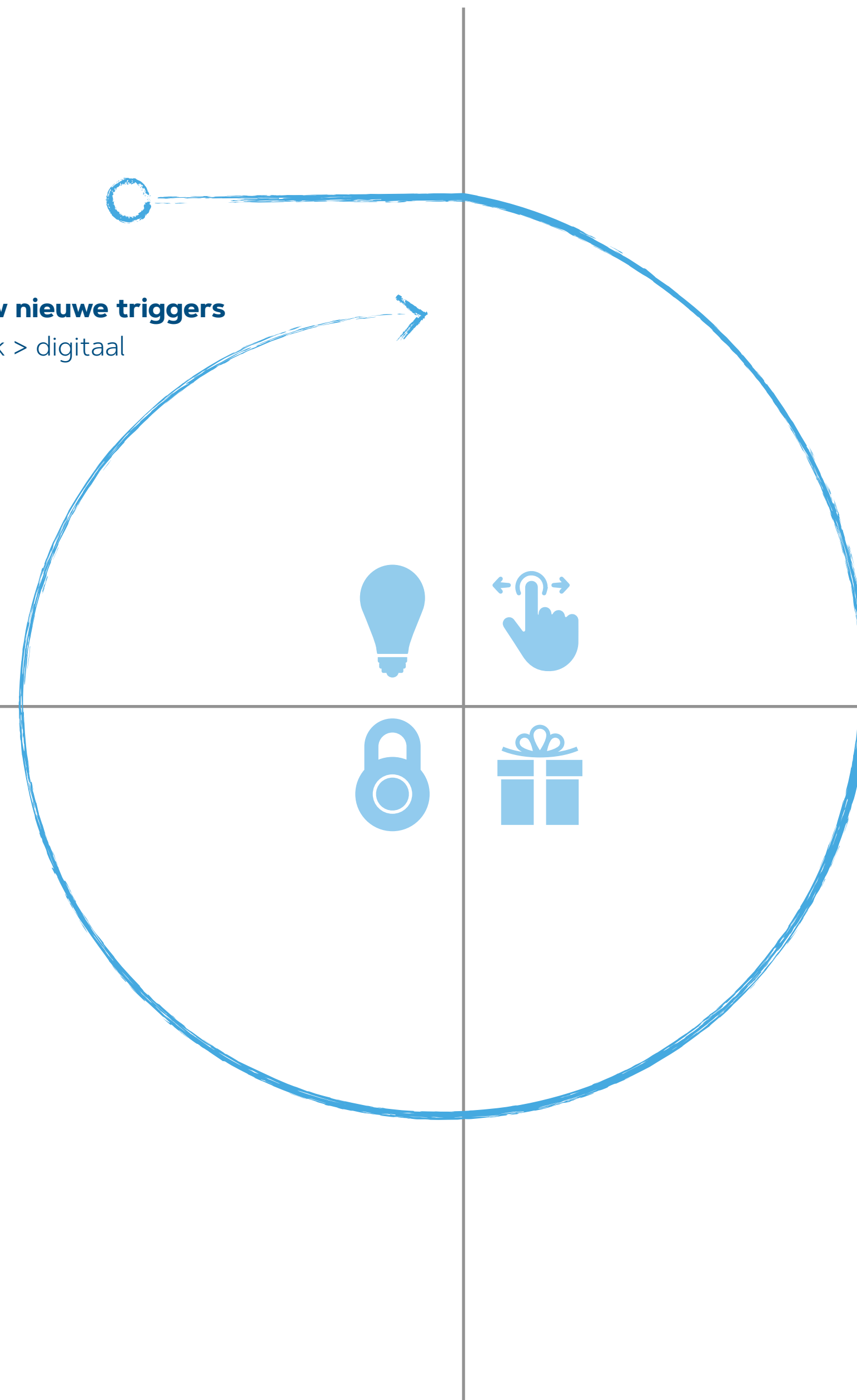


- Eerst functioneel, daarna emotioneel (Tyrväinen & Karjaluoto, 2019)
- Rijen omzeilen (Pantano and Priporas 2016)
 - Aanbiedingen en directe korting
 - Target gebruikers categorie en website

- Vraag een beetje moeite
- Open je aanbiedingsoverzicht
 - In-store: "diverse speciaalbieren in de aanbieding"

Investment

Bouw nieuwe triggers
fysiek > digitaal



Action

- Acties richting aankoop
- Producten bekijken
 - Informatie inwinnen
 - Inspiratie opdoen
 - Aanbiedingen checken
 - Nieuwe producten checken
 - Winkeltrip plannen

- Dopamine door wisselende en continue beloning
- "Wat is er deze week in de bonus?"
 - In-store rewards
 - Gamification elementen

Variable Reward

t/m zondag

Alle categorieën



Persoonlijke Bonus

~~2.59~~ 1.94



Alle Healthy People

30% korting

Persoonlijke Bonus

~~2.09~~ 1.46



Alle AH Waterijs

25% korting

Persoonlijke Bonus

~~1.79~~ 1.25



Alle Fishtales

25% korting

Persoonlijke Bonus

~~1.89~~ 1.42



Potje deodorant

100% plantaardig



Alle Valess

25% korting

Persoonlijke Bonus

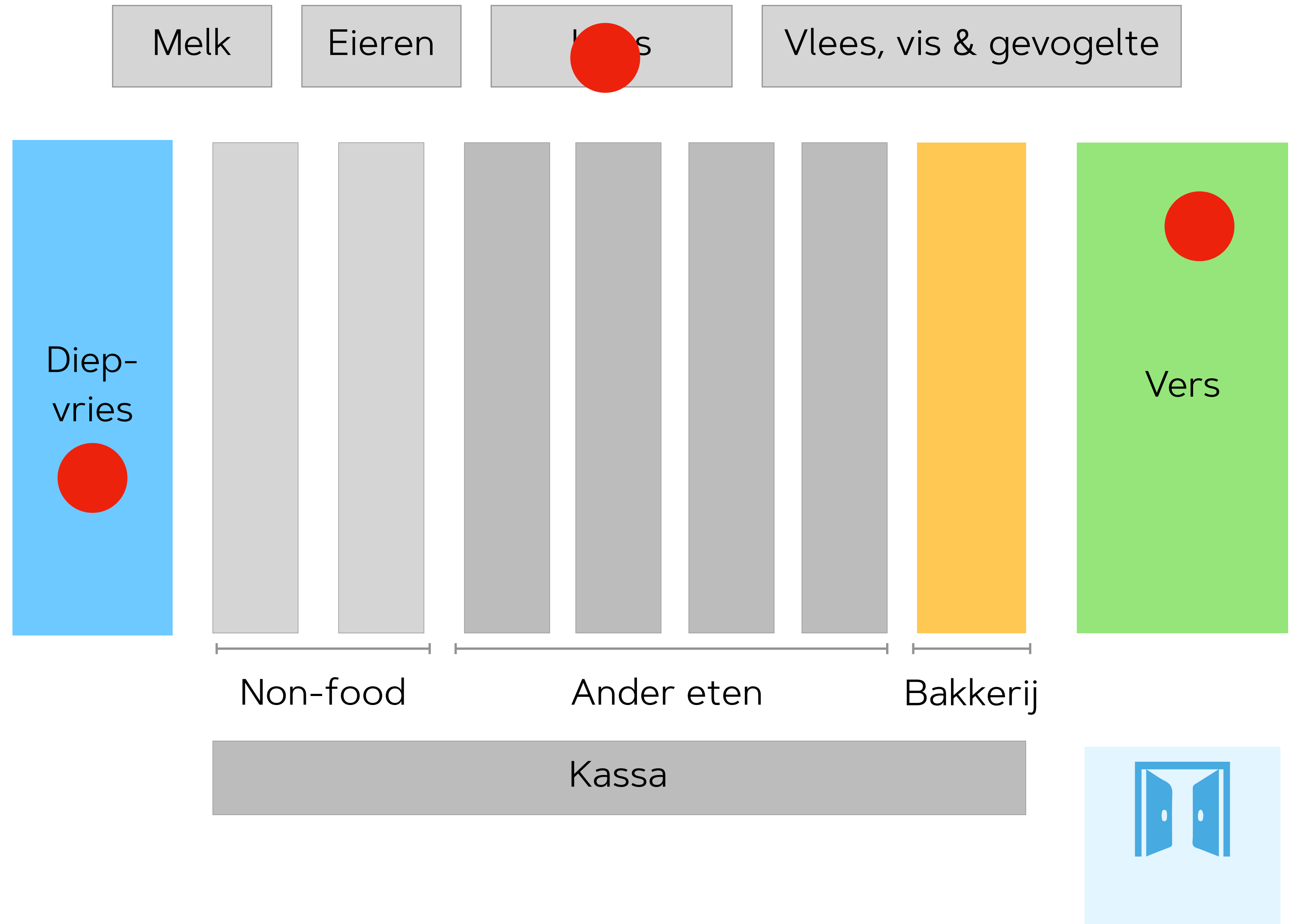
~~2.98~~ 2.24



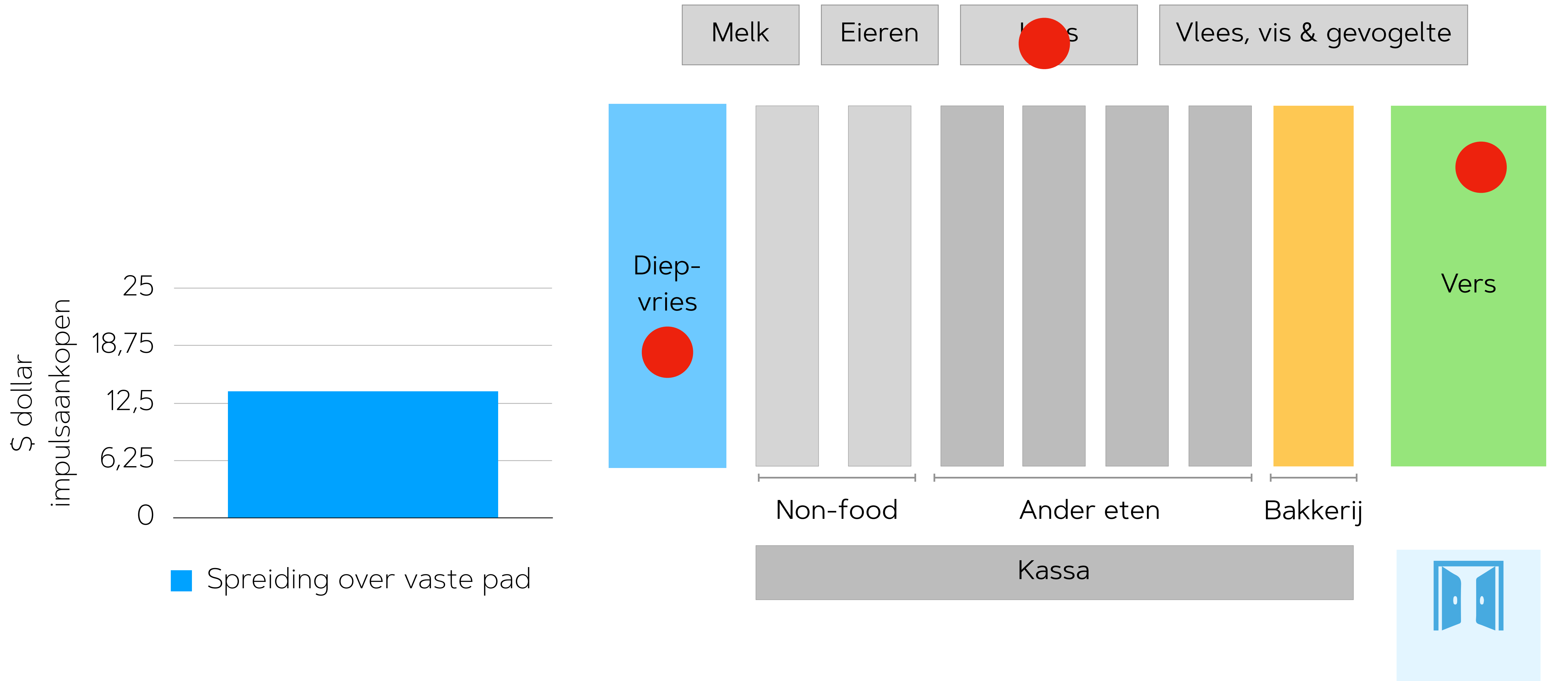
Alle AH Fruit

25% korting

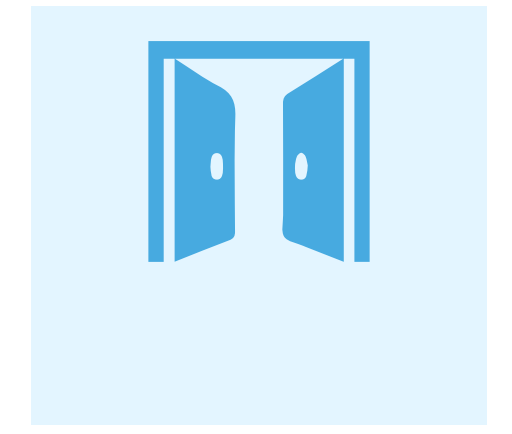
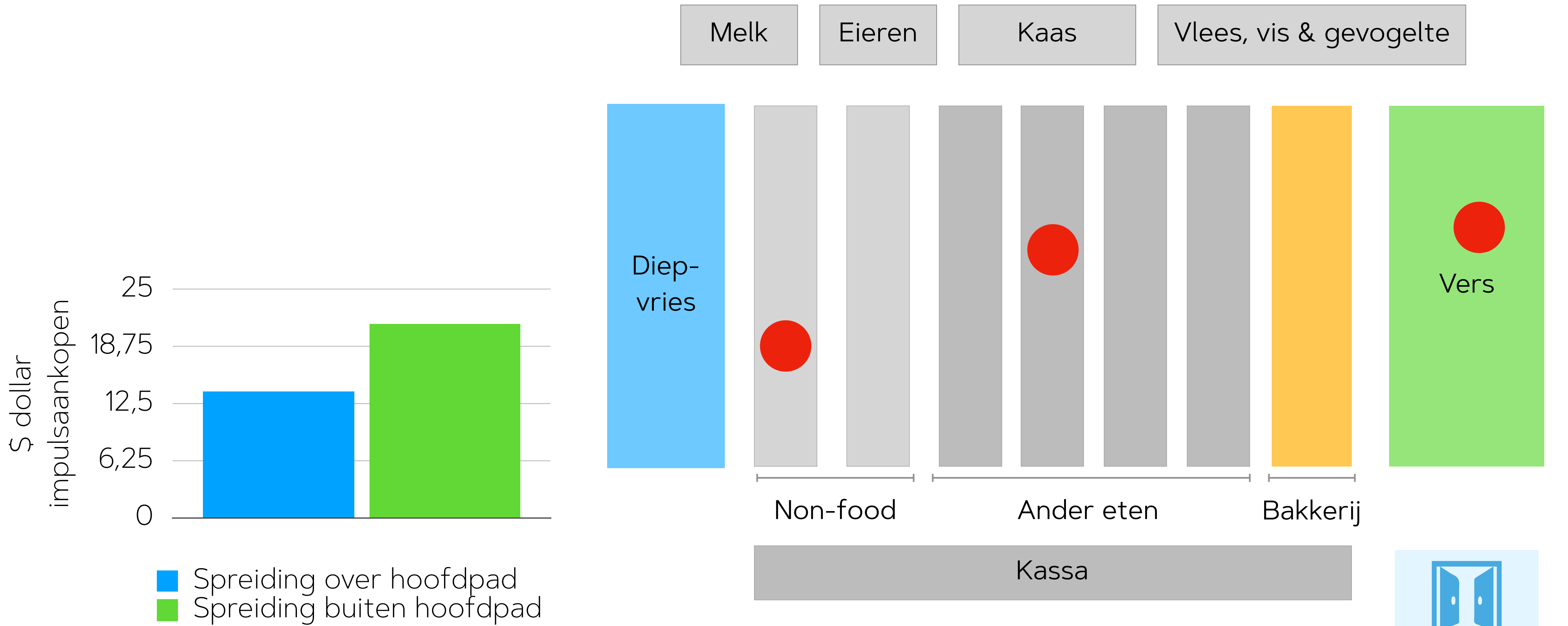
Een eloquente techniek voor meer meters



Een eloquente techniek voor meer meters



Een eloquente techniek voor meer meters



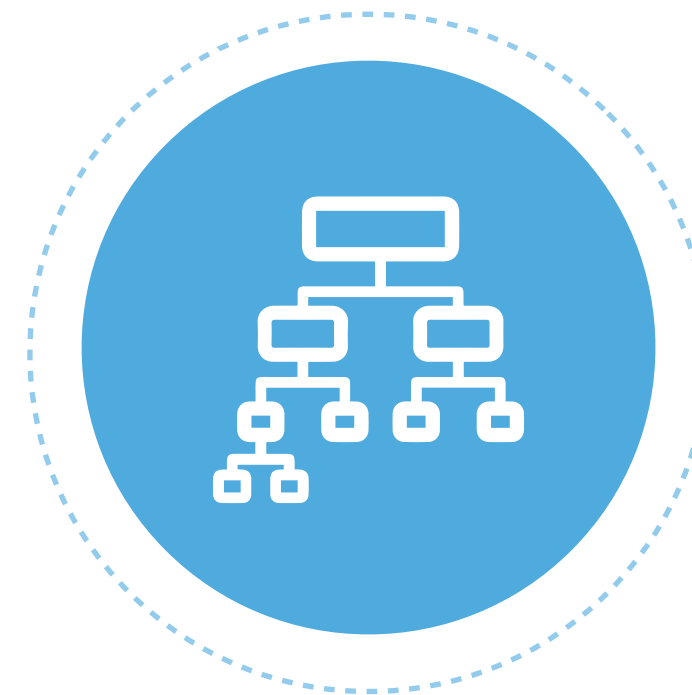


Webinar Loyaliteit & CRM

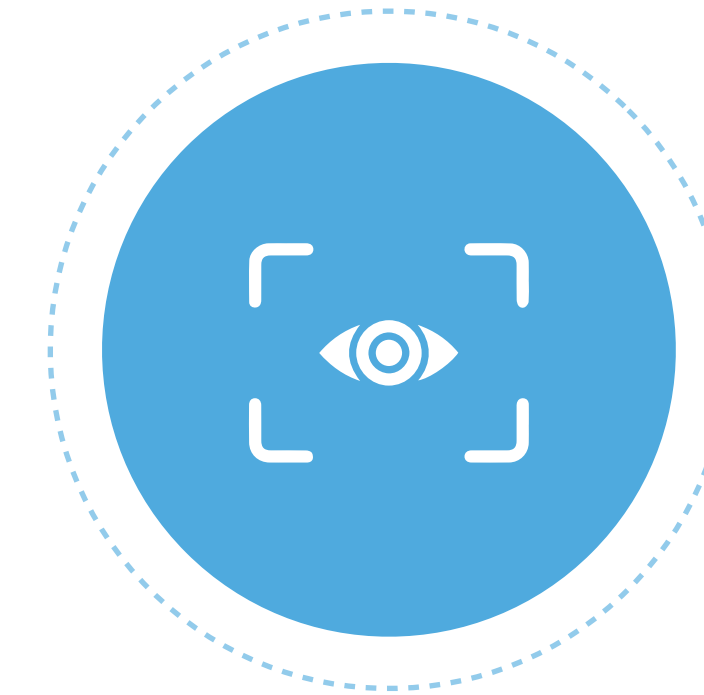
Topics van vandaag



Loyaliteit als merk KPI
Is het zinvol? Het probleem van passieve loyaliteit



Loyaliteitsprogramma's
De psychologie van repeat purchase boosters



CRM Psychologie
Strategieën om churn te verlagen

Geen discounts!

“ offering a discount at unsubscribe tells me I didn't matter at all ”

Maak cancelling niet te makkelijk en moeilijk

My Billing

YOUR PLAN

Professional

Unlimited active prototypes

[Upgrade Plan](#)

[Cancel Plan](#)

Geef een alternatief

The image shows a modal dialog box titled "Thinking of changing your plan?" with a close button (X) in the top right corner. Below the title is the text "Hold up, there might be a better way!". The main content area is light gray and contains the text "YOU CURRENTLY HAVE 5 ACTIVE PROTOTYPES". There are two radio button options: "Downgrade Plan" (selected) and "Cancel your InVision subscription". The "Downgrade Plan" option includes a subtext "Choose a new plan and select which prototypes to keep (if required)" and a dropdown menu showing "Starter (3 prototypes)" and "\$15/mo.". The "Cancel your InVision subscription" option includes a subtext "Stop recurring payments effective immediately." and "\$0/mo.". At the bottom, there are two buttons: "Continue" (a red pill-shaped button) and "Nevermind" (a white pill-shaped button with a gray border).

Billing

Thinking of changing your plan? ×

Hold up, there might be a better way!

YOU CURRENTLY HAVE 5 ACTIVE PROTOTYPES

Downgrade Plan
Choose a new plan and select which prototypes to keep (if required)

Starter (3 prototypes) \$15/mo. ▾

Cancel your InVision subscription
Stop recurring payments effective immediately. \$0/mo

Continue Nevermind

Het belang van de *Cognitive Lock-in*

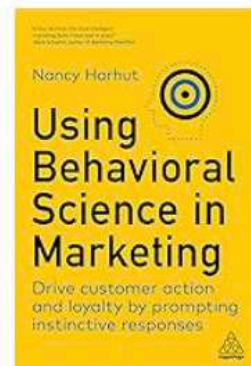


Shop Books

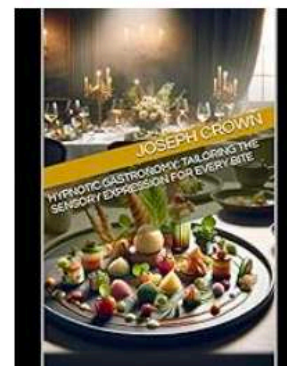
explore titles



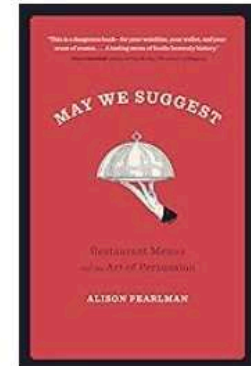
Pick up where you left off



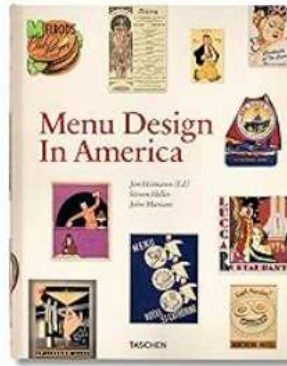
Using Behavioral Scien...



Hypnotic Gastronomy:...



May We Suggest: Resta...



Menu Design in Americ...

[See more](#)

Top Deal



Up to 29% off Limited time deal
Hair & Beauty Essentials by Kitsch

[See all deals](#)

Deals in PCs



[Shop now](#)

Home décor under \$50

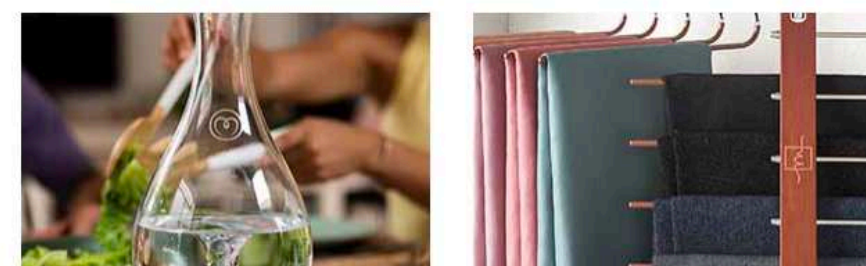


[Shop now](#)

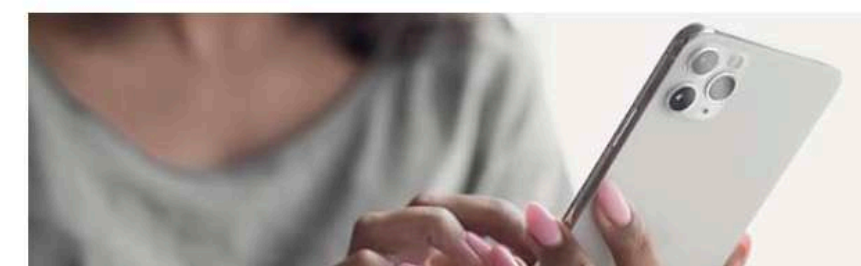
Fill your Easter basket with joy



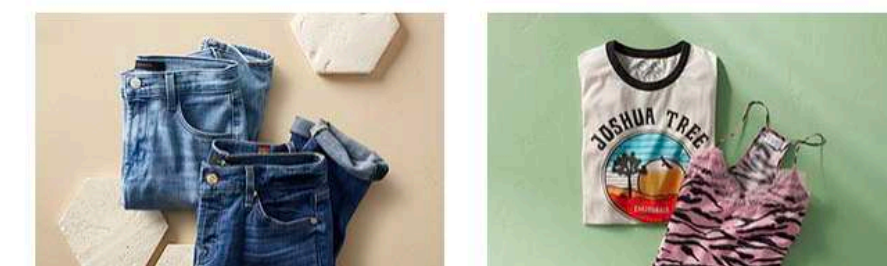
Refresh your space



Amazon Gadget Store



Shop deals in Fashion



Delight tot het eind

Hi {{First Name}},

Thank you so much for making our shop such a big part of your life! I wanted to personally reach out and thank you for your business and for being such an awesome customer!

As a token of my appreciation, use the code "TOPVIP2020" for 15% off your subscription for the next 3 months!

We appreciate you!
Arian Radmand - Owner

Bias Bakkie

Winnaar

mail tom@unravelresearch.com

Take-Aways: Neuromarketing van Loyaliteit & CRM

- ✓ **Loyaliteit ≠ Emotie.** Loyaliteit bestaat zeker! Het wordt echter primair gedreven door gemakszucht; niet emotie.
- ✓ **Speel in op drivers van loyaliteit.** Commitment, loss aversion en positieve feedback loops maken de klant loyaler.
- ✓ **Hoe vermijd je churn?** Weest ijzersterk, consistent (dat houdt het brein lui!) en verblijd op de cruciale touch points om je klanten te behouden.