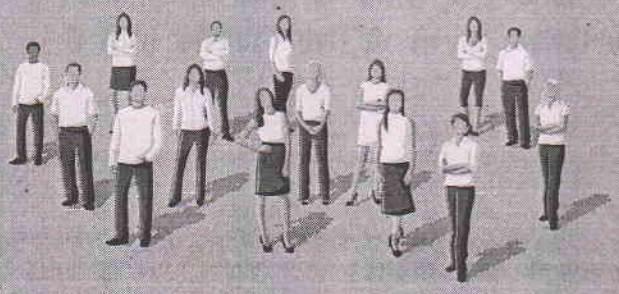


यूनिट 9

ग्राहकों के लिए लॉयल्टी स्कीम

Unit	Chapter
ग्राहकों के लिए लॉयल्टी स्कीम	परिचय (लॉयल्टी स्कीम के लाभ और सुविधाए)
	लॉयल्टी स्कीम में पंजीकरण



यूनिट 9.1 परिचय (लॉयल्टी स्कीम की लाभ और सुविधाएं)

उद्देश्य

- लॉयल्टी स्कीम के महत्व को समझना।
- लॉयल्टी स्कीम की सुविधाएं और लाभों को जानना व समझना।

मॉड्यूल

9.1.1 लॉयल्टी स्कीम के लाभ और सुविधाएं।
9.1.2 ग्राहकों को लॉयल्टी स्कीम से परिचित कराना।

9.1.1 लॉयल्टी स्कीम के लाभ और सुविधाएं

कस्टमर लॉयल्टी स्कीम वह प्रयास है जो रिटेल स्टोर के द्वारा ग्राहकों से लंबे समय तक समर्थन पाने के लिए किया जाता है। दूसरे शब्दों में, लॉयल्टी स्कीम मार्केटिंग प्रयासों का ढ़ाँचा है जो ईनाम व प्रोत्साहन और निश्ठावान खरीद व्यवहार उत्पन्न करता है जो एक स्टोर के लिए ग्राहक के साथ आधार बनाने और स्टोर की सेल्स बढ़ाने में लाभदायक होता है। लॉयल्टी स्कीम विभिन्न करणों के लिए विकसित होती है –

- निष्ठापूर्ण ग्रहकों को इनाम।
- नए ग्राहकों को आकर्षित करना।
- ग्राहक व्यवहार के बारें में मजबूत जानकारी प्रस्तुत करना।
- उपभोक्ता व्यवहार को प्रभावित करना।
- प्रतिस्पर्धा योजनाओं में एक रक्षात्मक उपाय के रूप में कार्य करना।

लॉयल्टी स्कीम का एक अन्य पहलू ग्राहकों को महसूस कराना है कि वह ही स्टोर का मूल्य है और पुरस्कार के रूप में स्टोर के साथ निरंतर व्यापार करते है। लॉयल्टी स्कीम का प्रयास ग्राहक को महसूस कराना होता है कि आप उन्हें जानते हैं, आप उनकी पसंद–नपसंद को भी जानते है और आप यह दावा करते है कि हमेशा उनको स्टोर के माध्यम से एक महान अनुभव प्रदान करेगें। लॉयल्टी स्कीम के कार्यक्रम ग्राहकों के व्यवहार को जितने और पहचानने में मद्द करते हैं और यह आँकड़ों से पता चला है कि उपभोक्ताओं की रिवार्ड कार्यक्रमों में भागीदारी सभी वर्गों में बढ़ रही है।

लॉयल्टी कार्ड

रिटेल में, लॉयल्टी कार्ड, रिवार्ड कार्ड, प्वांइट कार्ड, अडवानटेज कार्ड या क्लब कार्ड एक प्लास्टिक या पेपर कार्ड होते हैं, यह देखने में क्रेडिट या डेबिट कार्ड के सामान ही होते हैं, लॉयल्टी स्कीम में यह कार्ड धारक की पहचान करवाते हैं। एक स्टोर में जब ग्राहक लॉयल्टी कार्ड को दिखाता है तो वह एक डिस्काउंट या कुछ अन्य ईनाम का हकदार होता है जिसे वह अगली खरीद में प्रयोग कर सकता है। आधुनिक रिटेल में लॉयल्टी स्कीम अब केवल ईनाम या डिस्काउंट तक ही सीमित नहीं रही है, रिटेल विक्रेता अब ईनाम या डिस्काउंट से आगे बढ़कर व्यक्तिगत सेवाओं की तरफ जा रहें है, दान कार्यक्रमों में धनराशि दे रहे हैं, नई पहल, कभी भी खरीद, उत्पाद मैनुअल का उपयोग, उपाय, सामग्री, कैसे मार्गदर्शन हो और समाचार पत्र के प्रयोग और कई अन्य माध्यम शामिल हैं।

भारत में, कई बड़ें विक्रेता जैसे शॉपर्स स्टॉप, लाइफस्टाइल, लेंडमार्क, बिग बाज़ार, रिलाइंस रिटेल आदि की अपनी लॉयल्टी स्कीम है जिनसे वह ग्राहकों को ईनाम और डिस्काउंट में विविधता प्रदान करते हैं।

इसके अलावा, कई बैंकों ने बड़ें रिटेल विक्रेताओं के साथ समझौता करके डेबिट कार्ड जैसी लॉयल्टी स्कीम की शुरूवात कि हैं। उदाहरण के लिये – स्टेट बैंक ग्रुप की फीडम पुरस्कार योजना, सिटी बैंक के रिवार्ड प्रोग्राम, एच.डी.एफ.सी के रिवार्ड प्रोग्राम और भी ज्यादा हैं।

हाल में ही पारंपरिक मैगनेटिक कार्ड पर आधारित योजनाओं को एक कदम आगे ऑनलाइन व मोबाइल निष्ठापूर्ण प्रोग्रामों में परिवर्तित किया जा रहा हैं। इन योजनाओं में भिन्नता है, यह पारंपरिक कार्ड का निवारण करके एक इलेक्ट्रॉनिक सामान के पक्ष में हैं। इलेक्ट्रॉनिक सामान में शामिल हैं – मोबाईल अनुप्रयोग, ऑनलाइन पोर्टल आदि।

एक ग्राहक की खरीदारी के निर्णय को प्रभावित करने वाले कारकों की बढ़ती हुई संख्या को देखते हुए विक्रेता हर मौके की तलाश में रहते है जिससे वह रचनात्मक रूप से ग्राहक को बहतर अनुभव करा सकें और ग्राहक की निश्ठा को बढ़ा सकें। ग्राहक आज एक डिस्काउंट कार्ड की बजाय व्यक्तिगत सेवाओं की उम्मीद करते है जब वह लॉयल्टी स्कीम में प्रवेश करते हैं।

9.1.2 ग्राहकों को लॉयल्टी स्कीम से परिचित कराना

एक सेल्स अधिकारी को स्टोर के अंदर समय–समय पर उपलब्ध विभिन्न लॉयल्टी स्कीम के बारे में ज्ञात होना चाहिए। उत्पादों के मामले में, लॉयल्टी स्कीम का ज्ञान प्रभावी ढ़ंग से उनको बढ़ावा देता है। सेल्स अधिकारी होने के नाते आपको यह समझना आना चाहिए कि ग्राहक कब योजना से जुड़ना चाहता है। कुछ महत्वपूर्ण बातें जिन्हें ग्राहकों को लॉयल्टी स्कीम से परिचित कराते समय ध्यान में रखना चाहिए –

- आमतौर पर लॉयल्टी स्कीम ग्राहकों को बिलींग के समय प्रस्तुत की जाती है। यह इसलिए किया जाता है क्योंकि एक बार बिलींग हो जाने के बाद सेल्स अधिकारी/खाजांची के पास समय होता है कि वह ग्राहकों से पूछ पाए की वह लॉयल्टी स्कीम में नामांकित करना चाहते हैं और अगर नहीं तो ग्राहकों को जानकारी दे सकते हैं।
- एक ट्रेनी एसोसिएट ग्राहकों को लॉयल्टी स्कीम से तब परिचित करा सकता है जब वह विभिन्न उत्पादों की ओर देखते है। इस समय अधिकारी ग्राहकों को समझा सकते है कि यदि वह काई उत्पाद को खरीदना चाहते है तो लॉयल्टी स्कीम उनको एक बड़ा लाभ देगी। इसके साथ ही आप ग्राहकों को बता सकते है कि लॉयल्टी स्कीम में शामिल होने के फायदे और इसका हिस्सा बनने के लिए प्रोत्साहित करेगें।
- एक ट्रेनी एसोसिएट को हर उत्पाद पर मिलने वाले डिस्काउंट या इनाम की राशि के बारे में ज्ञात होना चाहिए जिससे वह ठीक जानकारी ग्राहकों तक पहुँचा सके और उनके सवालों का उत्तर दे सके। उदाहरण के लिए हजार रूपय की खरीद पर ग्राहक को दस रिवार्ड प्वांइट मिलेगे। यह प्वाइंट भविश्य में अन्य उत्पाद की खरीद में सहाय होगें या अगली 1500 से अधिक की खरीद पर ग्राहक को 10% का डिस्काउंट दिलाने में सहाय होगें।
- एक ट्रेनी एसोसिएट होने तौर पर आपको ग्राहकों का निरीक्षण करना और उेसी योजनाओं में दिलचस्पी

रखने वाले ग्राहकों की पहचान करनी आनी चाहिए। अगर ग्राहक दिलचस्पी दिखाता है तो अधिकारी को स्पष्ट रूप से योजना का विवरण देना चाहिए और फिर आवेदन फॉर्म भरवाना चाहिए।

- ग्राहकों को योजना में नामांकन के लिए प्रोत्साहित करना चाहिए, एक ट्रेनी एसोसिएट को सवालों के द्वारा ग्राहकों के व्यवहार की जाँच करनी चाहिए। जैसे – "आप अक्सर यहा से क्या खरीदते है", "क्या आपकी खरीद एक विशिष्ट राशि से अधिक है (1000 रूपये कहना), "क्या आप लॉयल्टी स्कीम में पहले से ही नामांकित है?" और फिर अधिकारी को योजना के लाभ और सुविधाओं के विवरण की प्रक्रिया शुरू करना चाहिए।
- ग्राहकों को योजना के लाभ का विवरण देते समय सुनिश्चित करें कि आपने उन्हें योजना के वित्तीय फायदों का ब्योरा दिया है अगर वह योजना में नामांकित कराते है। डिस्काउंट प्रतिशत या मुफ्त वस्तु या रिवार्ड प्वाइंट का विवरण दे जिन्हें वह भविष्य में अन्य खरीद में प्रयोग कर सकते है।
- एक अच्छे ट्रेनी एसोसिएट को हमेशा दिलचस्पी दिखाने वाले ग्राहकों को आवेदन फॉर्म देना चाहिए चाहे वो उसी समय फॉर्म को भरने में उत्साहित हो या न हो।

सैद्धांतिक अभ्यास

1. लॉयल्टी स्कीम का अर्थ केवल सेल्स में वृद्धि करना है :
   a) सही
   b) गलत
   c) गलत, ग्राहक व्यवहार और ग्राहकों के साथ निश्ठा का आधार बनाने में सहाय होता है।
   d) इनमें से कोई नहीं
2. आप रिटेल स्टोर में कार्य करते है। हाल में ही एक नए स्टोर के खुलने से मिली प्रतिस्पर्ध से आपका अपने ग्राहकों के साथ बना आधार कम हो रहा है। आपके स्टोर के द्वारा क्या संभव कदम उठाए जाएगें।
   a) नए स्टोर को बंद कराने की कोशिश।
   b) ग्राहक व्यवहार को समझना और ग्राहकों को लॉयल्टी स्कीम का परिचय देना चाहिए।
   c) अपने उत्पाद आधे दामों पर बेचने चाहिए।
   d) इनमें से कोई नहीं
3. लॉयल्टी कार्ड ग्रीटिंग कार्ड के जैसे होते है :
   a) सही
   b) नही, वह विसिटिंग की तरह होते है।
   c) नही, वह प्लास्टिक के होते है डेबिट या क्रेडिट कार्ड की तरह
   d) इनमें से कोई नहीं
4. लॉयल्टी कार्ड केवल उसी संमय खरीदी गई वस्तु पर डिस्काउंट दिलाने के लिए मान्य होते है ?
   a) सही
   b) गलत
   c) गलत, अगली खरीद तक मान्य होते है।
   d) गलत, उसी समय या भविश्य में रिवार्ड प्वाइंट या डिस्काउंट देने में सक्षम होते है।

5. आजकल रिटेल स्टोर प्लास्टिक कार्ड से आगे जाकर, ... का प्रयोग कर रहं है।
   a) हवाईजहाज
   b) मोबाइल अनुप्रयोग
   c) पुस्तिकाएं
   d) इनमें से कोई नहीं

स्किल्स प्रैक्टिकल

1. किसी रिटेल स्टोर में आप रिटेल ट्रेनी एसोसिएट है। स्टोर एक नई लॉयल्टी स्कीम का शुभारंभ करता है। योजना के अंतगर्त 1000 से अधिक की खरीद पर ग्राहक को 10 रिवार्ड प्याइंट या 10% का डिस्काउंट दिया जाएगा। ग्राहक को योजना का विवरण दे और प्रोत्साहित करे जुड़ने के लिए एक व्यक्ति को सेल्स अधिकारी और किसी एक को ग्राहक की भूमिका निभानी हैं।

हमनें सीखा

- लॉयल्टी स्कीम के लाभ और सुविधाएं।
- लॉयल्टी कार्ड
- ग्रहकों को लॉयल्टी स्कीम का विवरण देना।

यूनिट 9.2 लॉयल्टी स्कीम में पंजीकरण

उद्देश्य

- लॉयल्टी स्कीम में ग्राहकों का पंजीकरण।

मॉड्यूल

9.2.1 लॉयल्टी स्कीम में पंजीकरण

9.2.1 लॉयल्टी स्कीम में पंजीकरण

ग्रहक लॉयल्टी स्कीम से एक आवेदन फॉर्म के माध्यम से जुड़ता है। आवेदन फॉर्म के लिए आमतौर पर स्टोर ग्राहक के साथ एक ऐग्रीमेंट करता है जिसमें उसकी जानकारी की गोपनीयता और अन्य लोगों की जानकारी शामिल होती है। स्टोर कुल डाटा का प्रयोग अपनी मार्केटिंग खोज में आंतरिक रूप से करते है (और कभी बाहय रूप से भी)। इस फॉर्म का प्रयोग जानकारी प्राप्त करने के लिए होता है, उदाहरण के लिए – ग्राहक के मनचाहें ब्रांड की पहचान या वह शाकाहारी है या नहीं। यह स्टोर को ग्राहक को बहतर अनुभव कराने और उनके व्यवहार को समझने में सक्षम बनाता है। इसके लिए ग्राहक अपनी पहचान की पर्याप्त जानकारी प्रदान करता है, लॉयल्टी कार्ड का प्रयोग उस जानकारी को प्राप्त करने के लिए किया जाता है जो चैक की प्राप्ति के समय आवश्यक होती है, उदाहरण – हवाई अड्डों में एक क्लब का उपयोग या लगातार फ्लायर कार्ड का प्रयोग।

फॉर्म भरते समय निम्नलिखित बातों को ध्यान में रखना चाहिए

- जानें कि फॉर्म का लेआउट अच्छा और ग्राहक को फॉर्म भरने में सहायक है।
- ग्राहक से जाने कि ग्राहक ने लॉयल्टी स्कीम की अवधि और शर्तें अच्छी तरह पढ़ी हैं जिससे भविष्य में कोई भ्रम या विवाद न उत्पन्न हो।
- फॉर्म में ठीक जानकारी को भरने के लिए पूछें। एक बार फॉर्म भर जाने के बाद ग्राहक को जानकारी दिखाएं और जाँचने के लिए कहें। अगर काई जानकारी गलत होती है तुरंत उसे सही करवाएं और दोबारा जाँचें।
- पूरी तरह से भर जाने, हस्ताक्षर और स्टेम्प हो जाने के बाद ग्राहक को लॉयल्टी कार्ड दे और पीछे हस्ताक्षर करने के लिए कहें। यह कार्ड सदस्यता का प्रमाण होता है और लॉयल्टी स्कीम के अंतगर्त आने वाले सभी लाभ जैसे – डिस्काउंट, क्लब या लाउंज के उपयोग आदि के लिए प्रयोग होता है।

****

Sample Loyalty Card Application Form

Getting a Smart Loyalty Card is easy and it is FREE!

Simply fill in the loyalty card application form below. You will receive your own loyalty card and become a member of our loyalty program and you will start to collect points, freebies, special offers and gifts each time you shop at our "loyalty card" shops. Turn your everyday shopping into more points and more freebies you get.
Fields marked * are required.

Name Mr / Mrs / Miss _____

Address _____
_____
_____
_____

City _____

Pin code _____

Home Telephone Number _____ _____

Office Telephone Number _____ _____

Mobile Number _____

Email Address _____@_____

Date of Birth (dd/mm/yyyy) __/__/____

Number of Family Members _____

Monthly Shopping Budget for family Rs. _____

Do you prefer vegetarian or non-vegetarian food? _____

From time to time "loyalty card" Shop will use the information that you have provided in this form to direct special offers on products or services to your attention that are hoped to be of interest to you. Do you agree to allow "loyalty card" shop and other carefully selected companies and organisations to disclose such information?

☐ I Agree

☐ I Disagree

I have read and understood the conditions of the Loyalty Card and the application is correct to the best of my knowledge.

Signature

Date

****

सैद्धांतिक अभ्यास

1. लॉयल्टी स्कीम का लॉयल्टी कार्ड केवल ग्राहक के नाम और पते को रिकार्ड करता है:
   a) सही
   b) गलत
   c) गलत, यह ग्राहक के खरीदारी व्यवहार का भी रिकार्ड रखता है।
   d) इनमें से कोई नहीं।
2. कुछ लॉयल्टी स्कीम का इनमें में से कौन सा एक अतिरिक्त लाभ है ?
   a) आवासीय समाज में निःशुल्क अपार्टमेंट
   b) लाउंज/क्लब में प्रवेश
   c) जीवनभर मुफ्त पेट्रोल सुविधा
   d) इनमें से कोई नहीं।
3. कुछ लॉयल्टी स्कीम की सदस्यता का सबसे आम प्रमाण क्या होता है ?
   a) आवेदन फॉर्म
   b) बिलिंग डिटेल
   c) आईडी प्रूफ
   d) लॉयल्टी कार्ड

हमनें सीखा

- लॉयल्टी स्कीम के आवेदन फॉर्म।
- लॉयल्टी स्कीम के लिए आवेदन फॉर्म को भरना।