



GEWOON DE LEKKERSTE

EMTÉ Fijnproevers

CRM & Loyalty

Lisette Fransen
Manager CRM & Insights

- **Over EMTÉ supermarkten**
- **Introductie loyaliteitsprogramma Fijnproevers**
- **Klantdata, en dan? Drie CRM insights!**
- **De toekomst**





1. **Sligro Food Group, corporate 2017.mp4**

- **Klanten van EMTÉ sparen Punten bij boodschappen**
 - Betrouwbare data!
 - Registreren als je wilt verzilveren
- **Klanten kunnen Punten inwisselen**
 - Kassakorting
 - Samenwerking Sligro (non food & partners)



EMTÉ profiteert van klantdata uit deze klantkaart



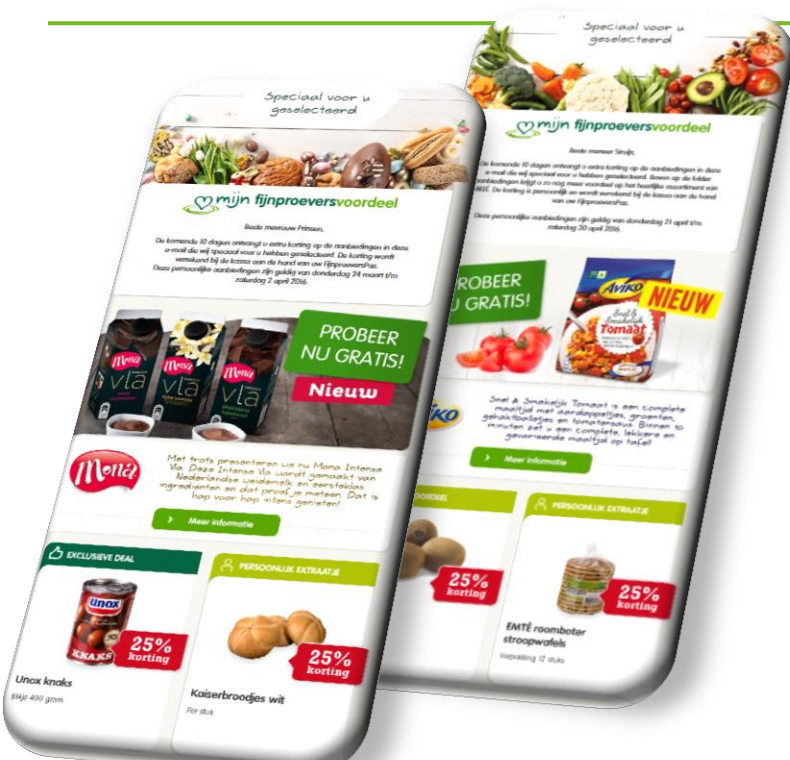
 **fijnproevers**

- We weten wie onze klanten zijn...
- Waar ze wonen en in welke gezinssamenstelling...
- Wanneer ze jarig zijn...
- Wanneer ze bij ons boodschappen doen en bij welke vestiging
- Wat klanten graag kopen
- Maar ook wat klanten nog niet kopen!

Persoonlijke aanbiedingen → inspelen op behoefte van onze klanten op basis van individueel aankoopgedrag.

Doelen → Voorkeurspositie , traffic en uiteindelijk omzet!

Fijnproevers – Persoonlijke aanbiedingen

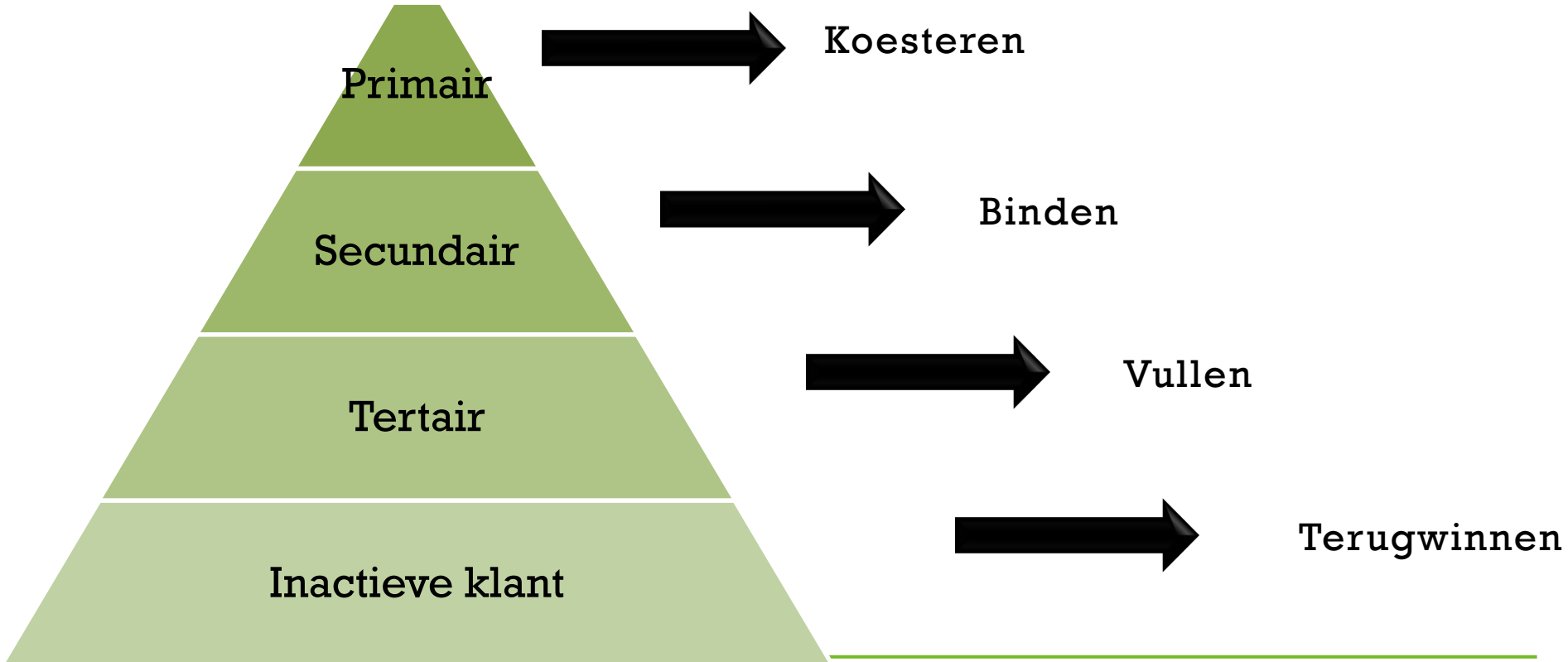


- # Mailings per jaar: 52
- Minstens 2, maximaal 8 aanbiedingen
- Extra, buiten de reguliere folderaanbiedingen
- Actief op je persoonlijke FijnproeversPas

CRM

De juiste aanbieding
naar de juiste klant
op het juiste moment

CRM – Dynamische klantwaarde & strategie



CRM- Klantwaarde & promotie differentiatie

Klantwaarde Samenstelling Keuze 1 Keuze 2 Keuze 3 Keuze 4

PERSOONLIJK EXTRAATJE



1+1 GRATIS

Rummo Pasta
Alle soorten

PERSOONLIJK EXTRAATJE



50% korting

Rummo Pasta
Alle soorten

PERSOONLIJK EXTRAATJE



2+1 GRATIS

Rummo Pasta
Alle soorten

PERSOONLIJK EXTRAATJE



25% korting

Rummo Pasta
Alle soorten

BVA zwak	Max Y	Aanbieding A	Aanbieding B	Aanbieding C	Aanbieding D
Basket Offer	Max Z	Aanbieding A	Aanbieding B	Aanbieding C	Aanbieding D



CRM

die mandjes voller maken!

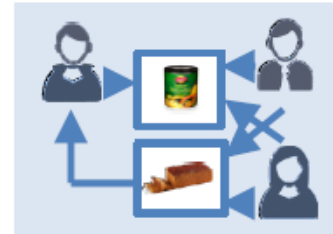
Cross Selling – Recommender

Relevante suggesties:

- Logica → business rules
- Statistiek → recommender



+



=



Collaborative filtering
Best of Both Worlds



CRM

Meten is weten!

Actieperiode:
19 mei 2016 t/m 28 mei 2016

Doelgroep:
Kopers van fruitige frisdranken

Actiemechanisme:
Gratis Product actie



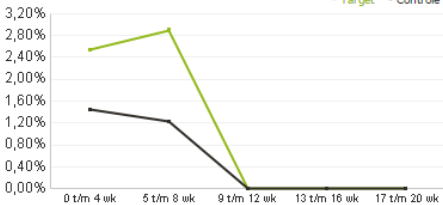
Campagne resultaten

ACTIEPRODUCTEN		23.302					
MAIL		DIRECTE RESPONS		USED COUPONS		CONTROLEGROEP	
54%	Oplage 93.338	37,6%	Opens 50.419	17,9%	Oplage 93.338	2,9%	Controlegroep 9.842
	Opens 50.419		Respons 18.948		Respons 16.717		Actie kopers 289
# Gebruikte coupons 21.239							

Lange termijn resultaten

EXTRA KLANTEN		2.137	
HERHAALKOPERS			
Target		3.797	4,1%
Controle		175	1,8%

Herhaalkopers (grafiek)



Herhaalkopers (tabel)

Periode	Target		Controle	
	#Fijnpr	% Actie	#Fijnpr	% Actie
0 t/m 4 wk	2.370	2,54%	142	1,44%
5 t/m 8 wk	2.703	2,90%	120	1,22%
9 t/m 12 wk	0	0,00%	0	0,00%
13 t/m 16 wk	0	0,00%	0	0,00%
17 t/m 20 wk	0	0,00%	0	0,00%



Dit was een tipje van de sluier..

En we zijn eigenlijk pas net gestart!





**MARKETING
without DATA
is like driving with
your eyes closed**



Vragen?

Lisette Fransen
Manager CRM & Insights
lfransen@sligro.nl
