



3 VRAGEN AAN... WIES MENSINK

Mensink startte deze zomer met een compagnon Loyalty Rockstars. Gericht op het realiseren van unieke en effectieve loyaltyprogramma's.

1 **Waarom nu?**

“Klanten zijn minder loyaal, hebben hoge verwachtingen en switchen makkelijk. Bedrijven zijn daarentegen weinig onderscheidend en weten vaak niet hoe ze over alle kanalen persoonlijke relaties kunnen aangaan. Daarnaast zijn ze veelal te druk om zelf de klantervaring te verbeteren.”

2 **Wie doen het wel goed?**

“Dat zijn meestal de kleine winkels. Zodra ze groter worden, wordt dat wel lastiger en een technisch verhaal. Maar het kan wel. Neem Starbucks. Zij weten uitstekend via alle touchpoints te communiceren. Het nut hangt ook echt af van de doelstelling. Is het emotioneel, transactioneel of beide? Gaat het om meer traffic, vollere mandjes, brand engagement etc?”

3 **Wat voegen jullie toe?**

“Wij hebben aan de wieg gestaan van de AH-Bonuskaart, Nederlands grootste loyaltyprogramma. Van strategie tot het runnen ervan.”