

PRESSMEDDELANDE 2013-01-29

Willys lanserar lojalitetsprogram

Som första lågpriskedja inom dagligvaruhandeln lanserar Willys nu ett lojalitetsprogram för sina kunder. Willys är också först ut med ett program som är helt digitalt och kortlöst. Lansering sker i februari.

Syftet med lojalitetsprogrammet är att stärka relationen med kunderna, öka kundlojalitet och inleda skiftet från traditionell ODR-marknadsföring (Oadresserad Direktreklam) till riktad kommunikation i digitala kanaler.

Willys är första lågpriskedja inom dagligvaruhandeln som satsar på ett lojalitetsprogram. Ett traditionellt utformat lojalitetsprogram är mycket kostnadsdrivande, vilket är en viktig anledning till att lågprisaktörer sällan väljer att utveckla och driva kundkort och kundklubbar. Men Willys lojalitetsprogram är helt digitalt baserat och därmed mycket kostnadseffektivt, vilket också innebär att Willys kan stå fast vid sin affärsidé om Sveriges billigaste matkasse. Anmälan till programmet och all kommunikation med kunderna kommer att ske i digitala kanaler som webb, app och e-mail. Programmet är också kortlöst – kundens vanliga betalkort kan kopplas i systemet och rabatterna dras automatiskt när kunden betalar i kassan. Detta innebär att Willys avstår helt från medlemsutskick i brevlådan, medlemskort och papperskuponger.

Målsättningen är att inom 3 år rekrytera minst 1 000 000 kunder till programmet samt att 70 procent av kedjans försäljning ska ske genom lojalitetsprogrammet.

För ytterligare information, kontakta:

Johanna Eurén, kommunikationsansvarig Willys, tel 0703-461348