



CONCEPTIO CONSULTING  
STRATEGIE. MARKETING. KUNDENBINDUNG.

# Loyalty Trendreport der Schweiz Ausgabe 2018

Kurzbeschreibung

in Zusammenarbeit mit **MARKETAGENT.COM**  
Digitale Markt- und Meinungsforschung



# Über den Report

Der Loyalty Trendreport der Schweiz erscheint im 2018 zum ersten Mal und untersucht die **Schlüsselfaktoren für erfolgreiche Bonusprogramme** sowie das **Nutzungsverhalten** von Bonusprogramm-Nutzern in der Schweiz.

Zudem umfasst der Report eine Kategorisierung der Bonusprogramm-Nutzer in **sechs verschiedene Kundentypen** und misst mit dem **Loyalty Performance Score (LPS) die Gesamtperformance aller 27 untersuchten Bonusprogramme über 11 verschiedene Kriterien**. Der LPS dient den einzelnen Programmen dazu, die Optimierungspotenziale im Branchen- sowie im Gesamtvergleich identifizieren zu können.

Dem Report liegt eine online durchgeführte Kundenbefragung vom April/Mai 2018 bei 2'004 Personen aus der Deutsch- und Westschweiz zu Grunde, die vom Marktforschungsinstitut **Marketagent.com** im Auftrag von **Conceptio Consulting** durchgeführt worden ist.



# Über den Report

Der Report umfasst auf insgesamt 75 Seiten folgende Kapitel:

1. **Kumentypen von Bonusprogrammen**
2. **Nutzungs- und Informationsverhalten**
3. **Schlüsselfaktoren für erfolgreiche Bonusprogramme**
4. **Bekanntheit und Nutzung der einzelnen Bonusprogramme**
5. **Loyalty Performance Score (LPS) der einzelnen Bonusprogramme**
6. **Zusammenfassung und allgemeine Schlüsselerkenntnisse**
7. *optional: individuelle Zusammenfassung und Handlungsempfehlungen für ein einzelnes Bonusprogramm.*
8. *optional: weiterführende Detailauswertungen für ein einzelnes Bonusprogramm.*



# Studiendesign

<b>Methode</b>	Computer Assisted Web Interviews (CAWI)	
<b>Instrument</b>	Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform	
<b>Respondenten</b>	web-aktive Personen aus der Schweiz zwischen 14 und 65 Jahren	
<b>Stichprobengrösse</b>	<b>n = 2'004 Netto-Interviews</b> , Random-Selektion nach Quoten	
<b>Erhebungszeitraum</b>	April/Mai 2018	
<b>Durchführendes Institut</b>	Marketagent.com in Auftrag von Conceptio Consulting AG	
	männlich	50%
	weiblich	50%
	14-29 Jahre	26%
	30-49 Jahre	41%
	50-65 Jahre	32%
	Deutschschweiz	74%
	Westschweiz	26%
	1 Person	18%
	2 Personen	31%
	3-4 Personen	40%
	≥ 5 Personen	10%



# Untersuchte Programme

Insgesamt wurden 35 Bonusprogramme untersucht. 8 untersuchte Bonusprogramme wiesen jedoch unter den 2'004 Befragten eine zu geringe Teilnehmerzahl aus, als dass valide Aussagen zu diesen Programmen möglich wären. Aus diesem Grund umfasst der vorliegende Report folgende **27 Bonusprogramme**:

## Retail

Coop Supercard  
Migros Cumulus  
Spar Friends

## Bekleidung/Schuhe

Beldona Card  
Chicorée VIP  
Esprit Friends Card  
H&M Club  
Ochsner Shoe Lovers  
Ochsner Sport Club  
PKZ Insider Card  
Vögele Shoe Club

## Warenhäuser

Globus Pluscard  
Manor Karte

## Non-Food Sonstige

IKEA Family  
Jumbo Card  
Marionnaud Treuekarte  
myPfister Card  
Orell Füssli Premiumcard

## Sonstige

Miles & More  
Helsana+

## Apotheken

Amavita Starcard  
Club Suncard (Sun Store)  
ToppharmCard Plus

## Banking

Bonviva (Credit Suisse)  
PostFinance Benefit  
Surprize (Viseca)  
UBS Key Club



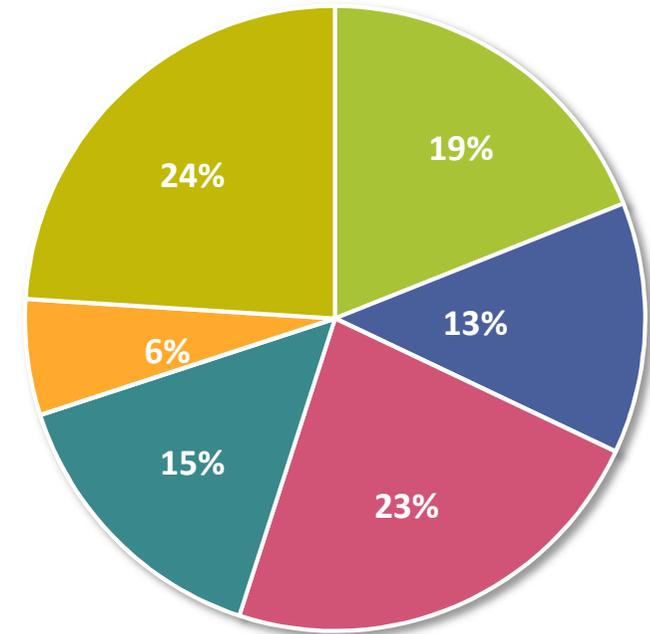
# Kundentypen

Die Einstellung der Schweizer Haushalte zu Bonusprogrammen ist sehr unterschiedlich. **Daher lassen sich die Kunden in 6 unterschiedliche Kundentypen einteilen.**

Auf der einen Seite der Skala sind **die Heavy-User** zu finden. Sie kennen die meisten Programme aller Kundentypen, nehmen an den meisten teil und sind ihnen gegenüber auch am positivsten eingestellt.

Auf der anderen Seite stehen **die Desinteressierten**. Sie nehmen nur an wenigen Programmen teil und nutzen diese auch selten aktiv.

Daneben können 4 weitere Kundentypen unterschieden werden: **der Digitale, der Opportunist, der Indifferente und der Nostalgiker.**



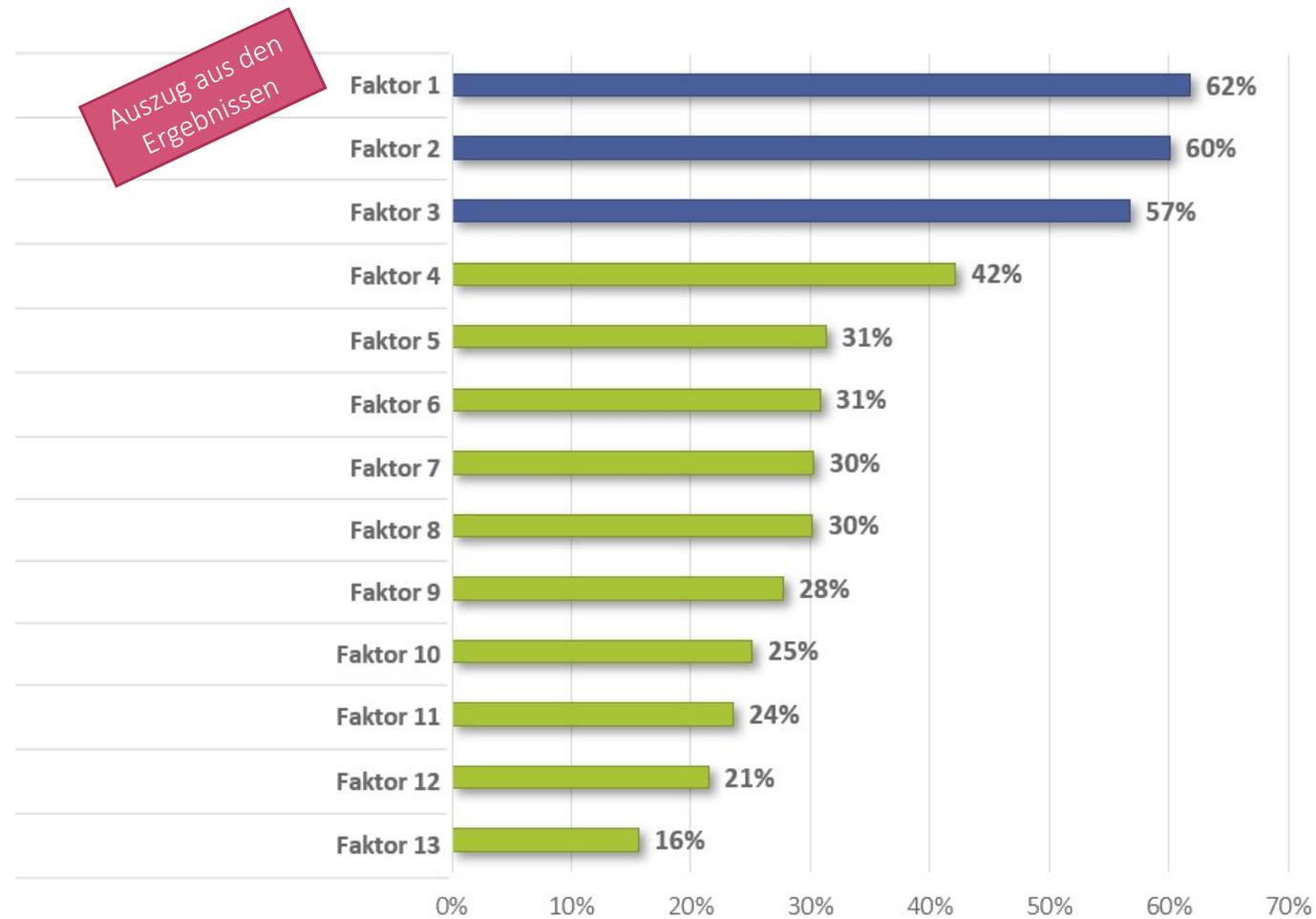


# Kundentypen

<p><b>Der Heavy-User</b></p> 	<p><b>Der Opportunist</b></p> 	<p><b>Der Indifferente</b></p> 
<p><b>Der Nostalgiker</b></p> 	<p><b>Der Desinteressierte</b></p> 	<p><b>Der Digitale</b></p> 

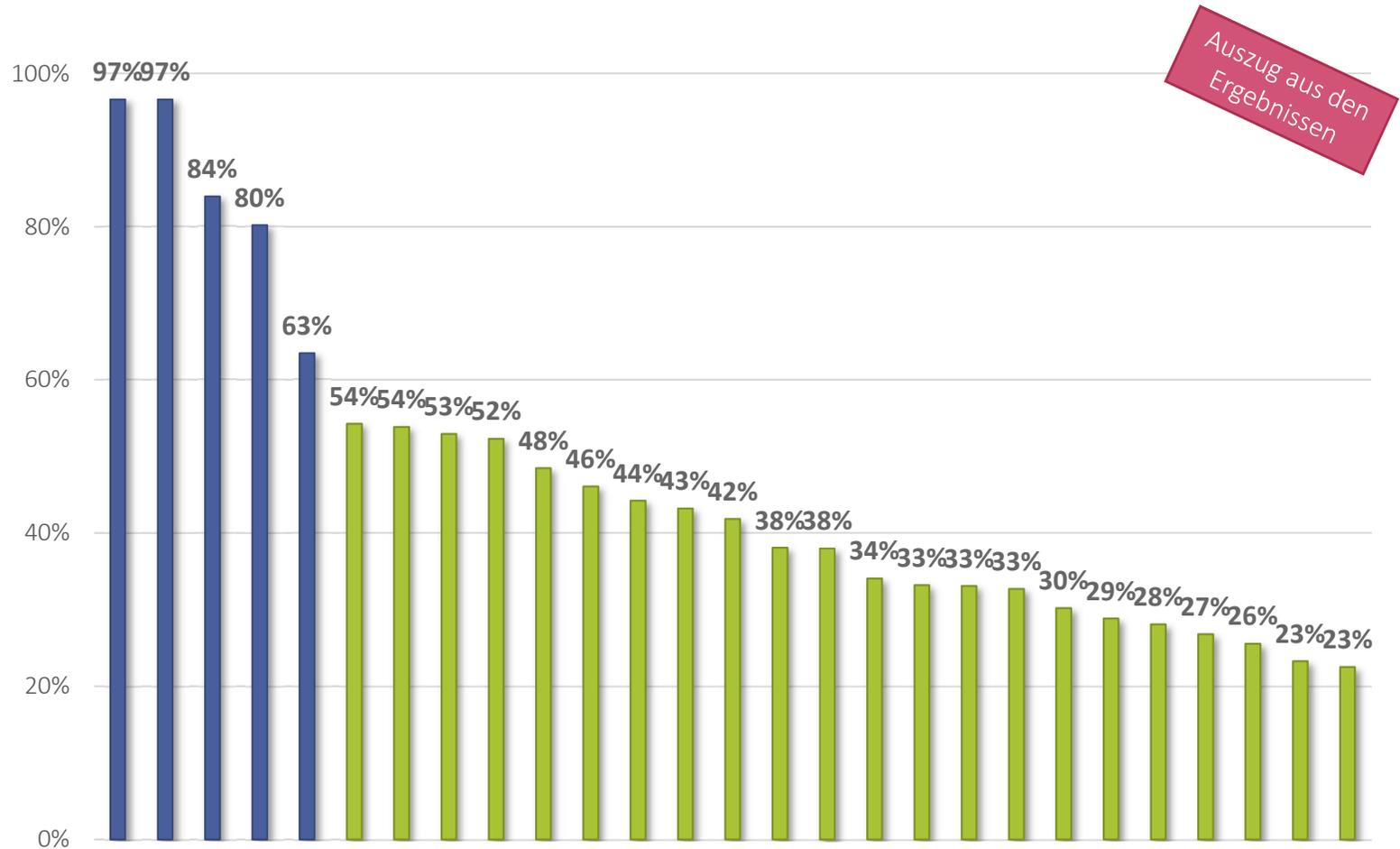


# Schlüsselfaktoren für Bonusprogramme





# Bekanntheit Bonusprogramme

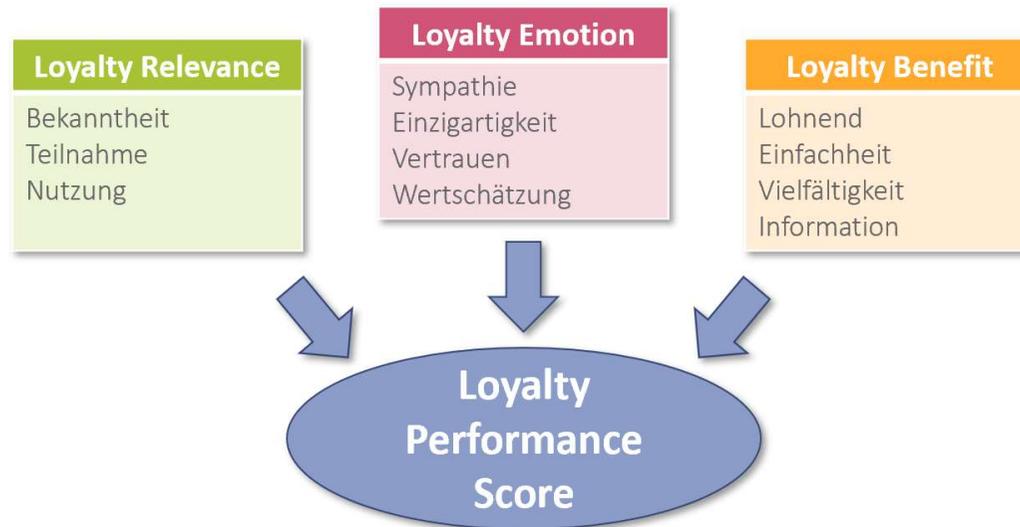




# Loyalty Performance Score (LPS)

Der **Loyalty Performance Score (LPS)** misst die Qualität eines Bonusprogrammes über 11 verschiedene Kriterien. Der LPS dient den einzelnen Programmen dazu, die Optimierungspotenziale im Branchen- sowie im Gesamtvergleich identifizieren zu können. Der LPS setzt sich aus 3 Teilwerten zusammen:

1. **Loyalty Relevance:** Wie **bekannt** ist das Programm? Wie viele Kunden **nehmen** daran **teil** und **nutzen** es aktiv?
2. **Loyalty Emotion:** Wie wird das Programm in den **emotionalen Leistungskriterien** «Sympathie», «Einzigartigkeit», «Vertrauen» und «Wertschätzung» beurteilt?
3. **Loyalty Benefit:** Wie wird das Programm in den **rationalen Leistungskriterien** «Lohnend», «Einfachheit», «Vielfalt» und «Information» beurteilt?





# Report bestellen

Folgende Report-Varianten sind bestellbar:

Report	Umfang	Preis
Loyalty Report Standard	<ul style="list-style-type: none"><li>– Kundentypen von Bonusprogrammen</li><li>– Nutzungs- und Informationsverhalten</li><li>– Schlüsselfaktoren für erfolgreiche Bonusprogramme</li><li>– Bekanntheit und Nutzung</li><li>– LPS der einzelnen Bonusprogramme</li><li>– Zusammenfassung und allgemeine Schlüsselerkenntnisse</li></ul>	CHF 2'600.- (exkl. MWST)
Loyalty Report Plus	<ul style="list-style-type: none"><li>– Report Standard</li><li>– + individuelle Zusammenfassung und Handlungsempfehlungen</li></ul>	CHF 3'400.- (exkl. MWST)
Loyalty Report Extra	<ul style="list-style-type: none"><li>– Report Extra</li><li>– + weiterführende Detailauswertungen</li></ul>	auf Anfrage

Der Loyalty Trendreport 2018 ist bestellbar unter [info@concon.ch](mailto:info@concon.ch).



CONCEPTIO CONSULTING

STRATEGIE. MARKETING. KUNDENBINDUNG.

# Vielen Dank

**Conceptio Consulting AG**

Simon Thoma

Schönenwerderstrasse 90C

5036 Oberentfelden

[info@concon.ch](mailto:info@concon.ch)