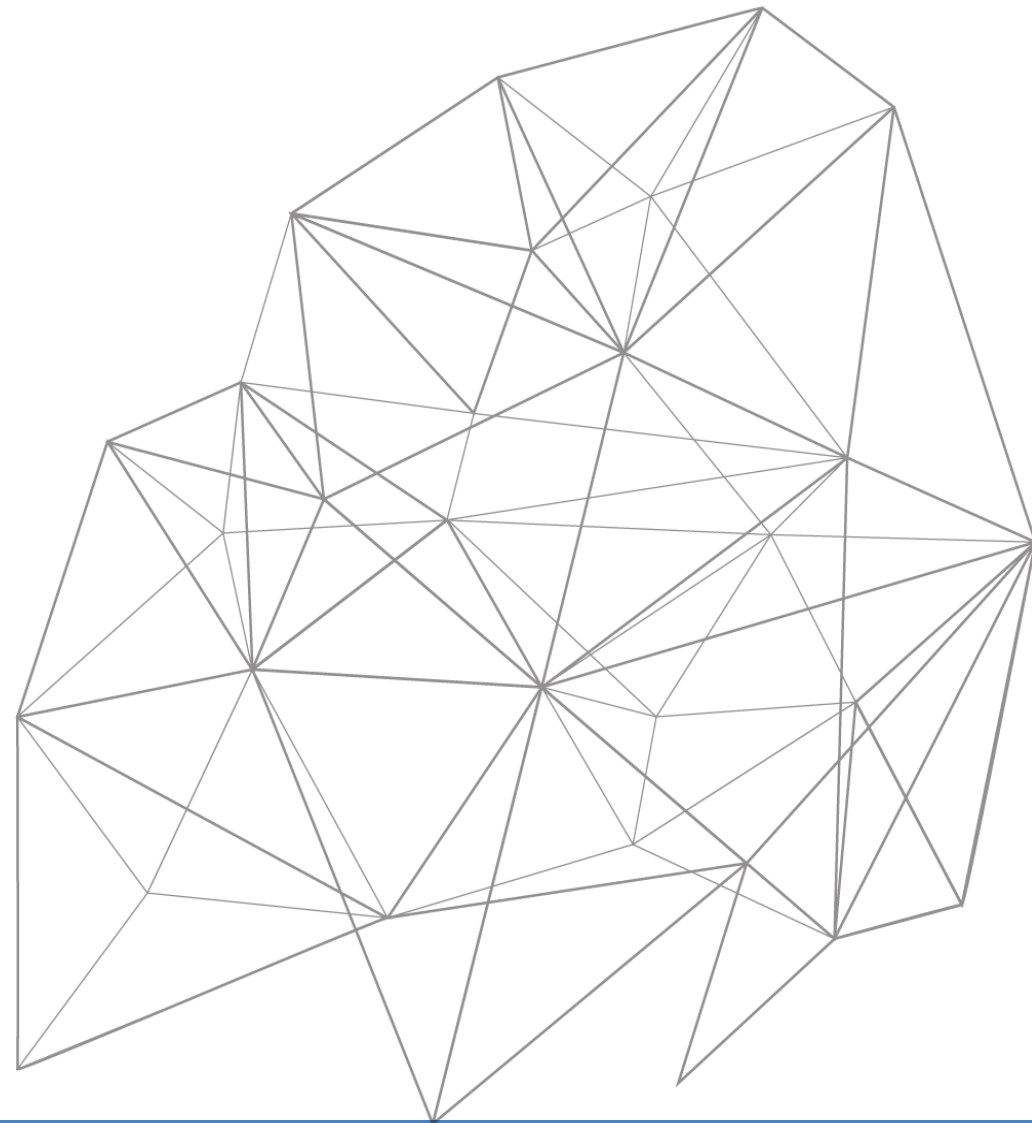


Loyalty Report der Schweiz

Ausgabe 2020

 **CONCEPTIO
CONSULTING**  **MILESAHEAD**



Über den Loyalty Report der Schweiz

Die beiden auf Kundenbindung, CRM und datengetriebenes Marketing spezialisierten Beratungsunternehmen Conceptio Consulting AG und MilesAhead AG haben ihre Kräfte gebündelt und lancieren mit dem Loyalty Report eine umfassende Studie über die Loyalitätsprogramm-Landschaft der Schweiz.

Der **Loyalty Report der Schweiz** umfasst die beiden Studien Loyalty Trend Report und Loyalty Expert Report.

Der **Loyalty Trend Report** basiert auf **über 2'000 repräsentativ durchgeführten Kundeninterviews**, erhoben durch das unabhängige Marktforschungsinstitut INNOFACT AG. Der Loyalty Trend Report erscheint nach 2018 zum zweiten Mal und untersucht die **Schlüsselfaktoren für erfolgreiche Bonusprogramme aus Kundenperspektive** sowie das **Nutzungsverhalten** von Bonusprogramm-Nutzern in der Schweiz. Zudem misst er mit dem **Loyalty Performance Score (LPS) die Gesamtpformance aller 38 untersuchten Bonusprogramme über 11 verschiedene Kriterien**. Der LPS dient den einzelnen Programmen dazu, die Optimierungspotenziale im Branchen- sowie im Gesamtvergleich identifizieren zu können.

Dem **Loyalty Expert Report**, der im 2020 zum ersten Mal erscheint, liegen **16 strukturierte Interviews mit Loyalty-Experten und Verantwortlichen ausgewählter Benchmark-Kundenbindungsprogramme** (wie beispielsweise UBS Key Club, Coop Supercard, Helsana+) aus diversen Branchen der Schweiz zu Grunde. Der Loyalty Expert Report ist als qualitativer Studienbericht ausgestaltet und beleuchtet in erster Linie die Unternehmensperspektive.

Details zum Loyalty Trend Report

Der Report umfasst auf insgesamt 80 Seiten folgende Kapitel:

1. Kundentypen 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 des Loyalty Trend Reports

Methode	Computer Assisted Web Interviews (CAWI)	
Instrument	Online-Interviews über das Online-Access-Panel von INNOFACT	
Respondenten	web-aktive Personen aus der Schweiz zwischen 14 und 65 Jahren	
Stichprobengrösse	n = 2'042 Netto-Interviews , Random-Selektion nach Quoten	
Erhebungszeitraum	September 2020	
Durchführendes Institut	INNOFACT im Auftrag von Conceptio Consulting	
	männlich	50%
	weiblich	50%
	14-29 Jahre	26%
	30-49 Jahre	41%
	50-65 Jahre	32%
	Deutschschweiz	74%
	Westschweiz	26%
	1 Person	21%
	2 Personen	33%
	3-4 Personen	39%
	≥ 5 Personen	8%

Untersuchte Programme im Loyalty Trend Report

Im Vergleich zur ersten Erhebung (Loyalty Trend Report 2018) wurden **11 zusätzliche Bonusprogramme** aus diversen Branchen untersucht. Der vorliegende Report umfasst somit folgende **38 Bonusprogramme**:

Retail
Coop Supercard
Migros Cumulus
Spar Friends
k Kiosk App NEU

Bekleidung/Schuhe
Beldona Card
Chicorée VIP
Esprit Friends Card
H&M Club
Ochsner Shoe Lovers
Ochsner Sport Club
PKZ Insider Card
Vero Moda Kundenclub NEU
Vögele Shoe Club

Warenhäuser
Globus Pluscard
Manor Karte

Non-Food Sonstige
IKEA Family
Jumbo Card
Love Your Body Club NEU (The Body Shop)
Marionnaud Treuekarte
myPfister Card
Office PLUS (Office World) NEU
Orell Füssli Premiumcard
QualiPet Treuekarte NEU

Banking
Bonviva (Credit Suisse)
PostFinance Benefit
Surprize (Viseca)
UBS Key Club
Visa Bonus Card NEU

Apotheken
Amavita Starcard
Club Suncard (Sun Store)
Rotpunkt Kundenkarte NEU
ToppharmCard Plus

Krankenkassen
Benevita (Swica) NEU
CSS Exklusiv NEU
Helsana+
Visana Club NEU

Sonstige
Miles & More
Poinz NEU

Kundentypen im Loyalty Trend Report

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

So nimmt zum Beispiel der Punktesammler überdurchschnittlich häufig an klassischen Retailprogrammen teil und interessiert sich v.a. für finanzielle Vorteile.

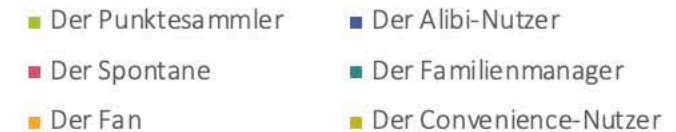
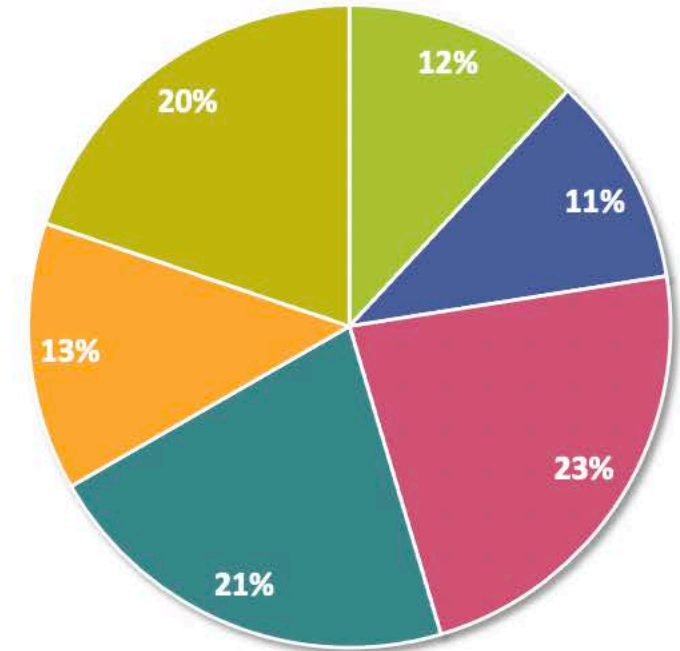
Der Alibi-Nutzer nimmt zwar an durchschnittlich vielen Programmen teil, nutzt diese aber sehr selten. Dieser Kundentyp kommt allerdings am seltensten vor (11%).

Demgegenüber steht **der Fan**, welcher an vielen Programmen teilnimmt, diese stark nutzt und dadurch häufiger in den jeweiligen Geschäften einkauft.

Daneben können 3 weitere Kundentypen unterschieden werden: **der Spontan** (die grösste Kundengruppe mit 23%), **der Familienmanager** und **der Convenience-Nutzer**.

Auf den folgenden Seiten werden diese Kundentypen, ihre Eigenschaften sowie ihr Informations- und Nutzungsverhalten von Bonusprogrammen näher vorgestellt.

Hinweis: die Kundentypen sind nicht mit den Kundentypen des Loyalty Trend Reports 2018 vergleichbar, da die einzelnen Typen andere Ausprägungen aufweisen.



Kundentypen im Loyalty Trend Report

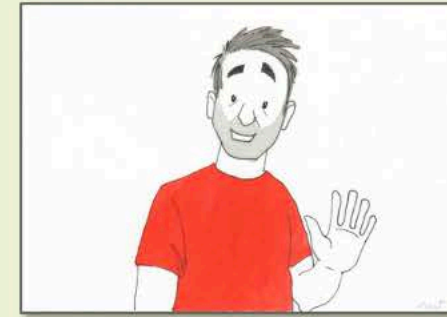
Der Punktesammler



Der Alibi-Nutzer



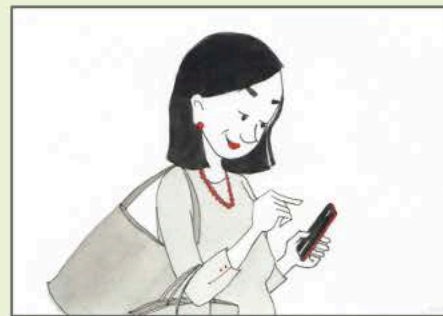
Der Spontane



Der Familienmanager



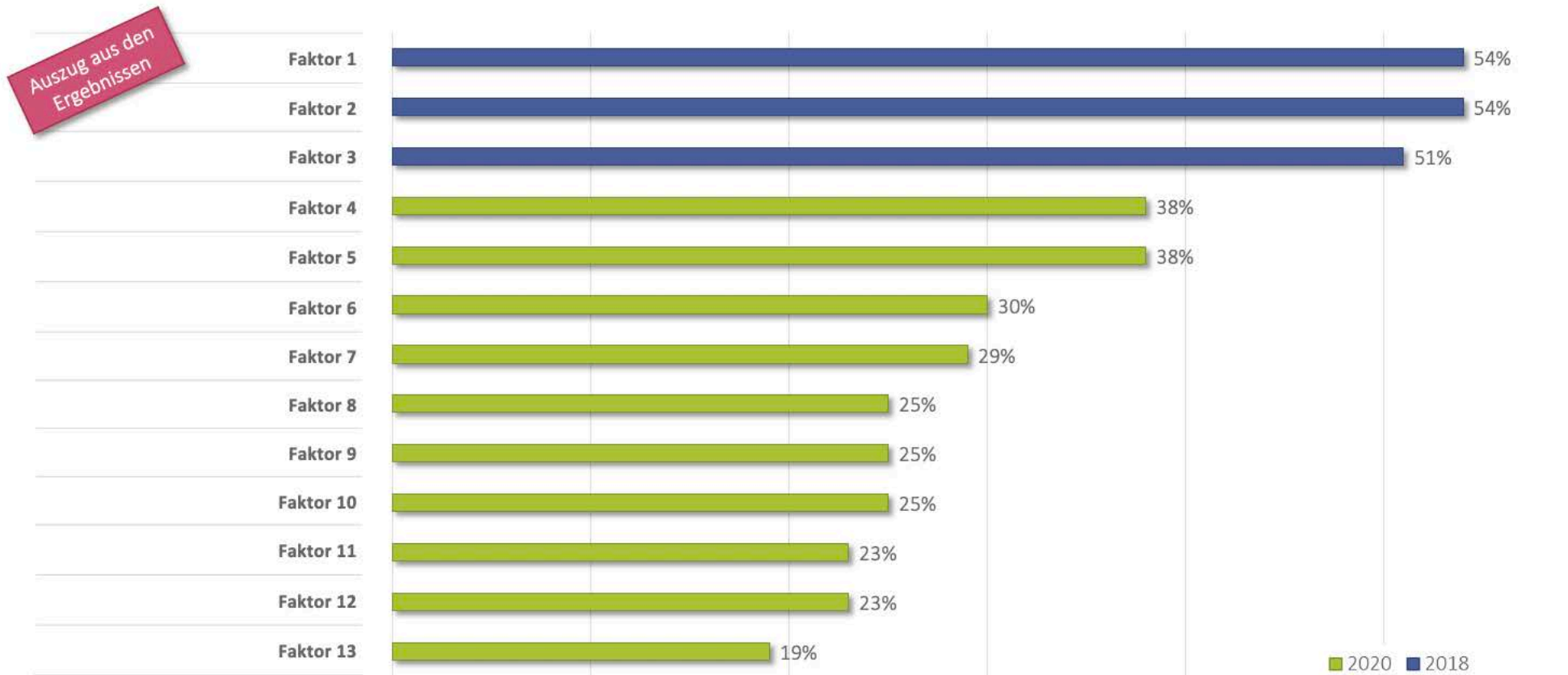
Der Fan



Der Convenience-Nutzer



Schlüsselfaktoren für Bonusprogramme

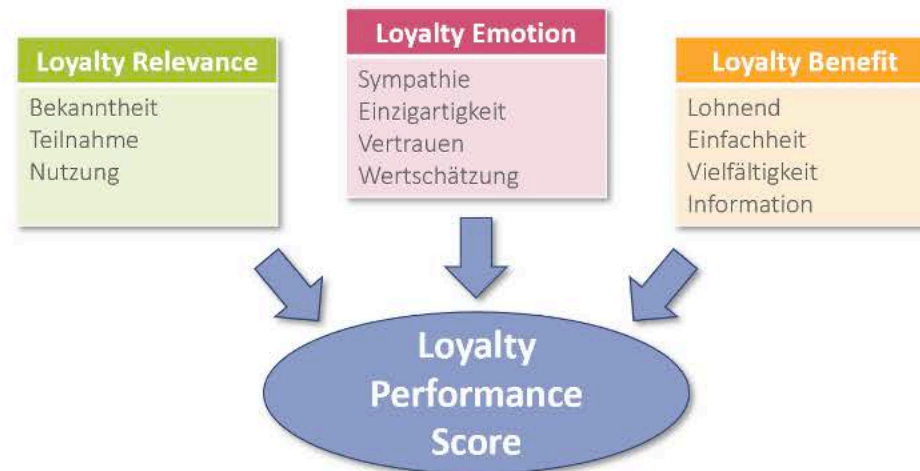


Details zum Loyalty Trend Report

Definition: Loyalty Performance Score

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?



Loyalty Expert Report



Details zum Loyalty Expert Report

Dem Loyalty Expert Report, der im 2020 zum ersten Mal erscheint, liegen **16 strukturierte Interviews mit Loyalty-Experten und Verantwortlichen ausgewählter Benchmark-Kundenbindungsprogramme** aus diversen Branchen der Schweiz zu Grunde.

Die Expertengespräche wurde im Zeitraum von Juli bis September 2020 durchgeführt.

Der Loyalty Expert Report ist als **qualitativer Studienbericht** ausgestaltet und beleuchtet in erster Linie die Unternehmensperspektive.

Der Bericht geht auf 80 Seiten detailliert auf die folgenden Themen ein:

- **Erfolgsfaktoren** von Loyalty-Programmen
- **Aktueller Stand** des Loyalty-Marketings in den Schweizer Unternehmen
- **Herausforderungen** beim Aufbau, dem Betrieb und der Weiterentwicklung von Kundenbindungsprogrammen
- Wichtigste **Entwicklungen und Trends** rund um Loyalitätsprogramme

Details zum Loyalty Expert Report

Im Rahmen des Loyalty Expert Report wurden mit Loyalty-Experten und Verantwortlichen der Kundenbindungsprogramme der **folgenden Unternehmen strukturierte Interviews** geführt:

BonusCard.ch AG

Coop Genossenschaft

Credit Suisse Schweiz AG

CSS Versicherung

GaleniCare Management AG

Helsana Versicherungen AG

OWIBA AG (Office World)

Loylogic Inc.

Orell Füssli Thalia AG

poinz AG

QUALIPET AG

The Body Shop

TopPharm Apotheken und Drogerien Genossenschaft

UBS Switzerland AG

Valora Digital AG

Viseca Payment Services SA

Loyalty Trend Report bestellen

Folgende Report-Varianten sind bestellbar:

Report	Umfang	Preis
Loyalty Trend Report Standard 2020 <i>(inkl. Vergleich zu 2018)</i>	<ul style="list-style-type: none">– Kundentypen von Bonusprogrammen– Nutzungs- und Informationsverhalten– Schlüsselfaktoren für erfolgreiche Bonusprogramme– Bekanntheit und Nutzung– LPS der einzelnen Bonusprogramme– Zusammenfassung und allgemeine Schlüsselerkenntnisse	CHF 2'900.- (exkl. MWST)
Loyalty Trend Report Plus 2020 <i>(inkl. Vergleich zu 2018)</i>	<ul style="list-style-type: none">– Report Standard– + individuelle Zusammenfassung und Handlungsempfehlungen	CHF 3'700.- (exkl. MWST)
Loyalty Trend Report Extra 2020 <i>(inkl. Vergleich zu 2018)</i>	<ul style="list-style-type: none">– Report Plus– + weiterführende Detailauswertungen	auf Anfrage

Bestellung unter www.loyaltyreport.ch oder per E-Mail an bestellung@loyaltyreport.ch

Loyalty Expert Report bestellen

Report	Umfang	Preis
Loyalty Expert Report 2020	<ul style="list-style-type: none">– Qualitativer Studienbericht auf Basis von Experteninterviews mit 16 Loyalty-Experten und Verantwortlichen von Loyalitätsprogrammen in der Schweiz– Beleuchtung der folgenden Themen:<ul style="list-style-type: none">– Erfolgsfaktoren– Status Quo– Herausforderungen– Trends	CHF 1'500.- (exkl. MWST)

Bestellung unter www.loyaltyreport.ch oder per E-Mail an bestellung@loyaltyreport.ch

Bundle bestellen

Folgende Bundle-Varianten sind bestellbar:

Report	Umfang	Preis
Bundle: Loyalty Trend Report Standard + Loyalty Expert Report 2020	<ul style="list-style-type: none">– Loyalty Trend Report Standard 2020– Loyalty Expert Report 2020	CHF 3'900.- (exkl. MWST) statt CHF 4'400.- (exkl. MWST)
Bundle: Loyalty Trend Report Plus + Loyalty Expert Report 2020	<ul style="list-style-type: none">– Loyalty Trend Report Plus 2020– Loyalty Expert Report 2020	CHF 4'700.- (exkl. MWST) statt CHF 5'200.- (exkl. MWST)

500.-
Rabatt

Bestellung unter www.loyaltyreport.ch oder per E-Mail an bestellung@loyaltyreport.ch

Kontakt

Conceptio Consulting AG

Simon Thoma

Geschäftsführer

Schönenwerderstrasse 90c

5036 Oberentfelden

simon.thoma@concon.ch

+41 79 240 24 41

MilesAhead AG

Michael Bietenhader

Geschäftsführer

Baslerstrasse 38

4310 Rheinfelden

michael@milesahead.ch

+41 79 469 77 31