

# Gamification in de winkel

## OMSCHRIJVING TECHNOLOGIE



Gamification is een marketingtechniek die gamedenken en gametechnieken toepast in een niet-game omgeving, in dit geval een winkel. Door het toevoegen van gamification-elementen zoals beloningsprogramma's of loyaliteitspunten wil een winkel zowel nieuwe klanten aantrekken als de betrokkenheid van bestaande klanten verhogen.

## DOEL



Enkele doelen van gamification in retail:

- **Verhogen van klantbetrokkenheid:**

Gamification-elementen, zoals uitdagingen, beloningen en loyaliteitspunten, maken het winkelproces interactiever en boeiender, wat de betrokkenheid van klanten verhoogt en hen aanspoort om terug te keren naar de winkel.

- **Stimuleren van klantloyaliteit:**

Via gamification kunnen retailers loyaliteitspunten en beloningen aanbieden die klanten aanmoedigen om herhaalaankopen te doen en een langdurige relatie met het merk op te bouwen



- **Verzamelen van waardevolle klantdata:**

Gamification kan worden gebruikt om gegevens over klantgedrag en voorkeuren te verzamelen, wat retailers helpt bij het optimaliseren van hun aanbiedingen en marketingstrategieën op basis van klantinzicht.

## STERKE PUNTEN



- **Klantloyaliteit opbouwen:** Door beloningen en loyaliteitssystemen te integreren, worden klanten gestimuleerd om vaker terug te komen en trouw te blijven aan het merk. Dit versterkt de klantloyaliteit en vermindert de kans dat klanten overstappen naar concurrenten.
- **Verhoog de betrokkenheid:** Gamification maakt het winkelproces interactiever en aantrekkelijker, waardoor klanten langer en actiever betrokken blijven bij het merk. Dit kan leiden tot meer herhaalaankopen en langdurige klantrelaties.
- **Stimulering van verkoop en omzet:** Gamification kan aankoopgedrag stimuleren door klanten te motiveren om meer te besteden, bijvoorbeeld door extra beloningen aan grotere aankopen te koppelen of exclusieve aanbiedingen vrij te spelen. Dit kan direct bijdragen aan een hogere omzet.
- **Klanten veranderen in promoters:** door gebruikers een unieke winkelervaring te bieden, worden je klanten promotors van jouw merk en zullen ze niet aarzelen om je producten en diensten aan te bevelen aan andere consumenten.

## AANDACHTSPUNTEN



- Zorg dat de gamification-elementen aansluiten bij de interesses en voorkeuren van je doelgroep.
- Gebruiksgemak staat voorop. Vermijd te complexe of tijdrovende spelelementen, klanten worden hierdoor ontmoedigd en haken af.
- Duidelijke doelstellingen: Wat kan je klant verwachten? Wat zijn de voordelen door deel te nemen?
- Vraag alleen om informatie die echt nodig is en waak over de privacy van de klantgegevens.

## KOSTENINDICATIE



Kostprijs kan variëren afhankelijk van verschillende factoren, Denk aan software, hardware, licentie en customisatie kosten