



Het doel van Positoos is om zoveel mogelijk de lokale bevolking te laten consumeren bij de lokale ondernemers.

Met andere woorden we gaan de consument in Tilburg houden. Consumenten sparen bij de lokale ondernemers voor zichzelf en voor hun 'eigen' vereniging of goede doel. Op deze manier wordt met de dagelijkse boodschappen de verenigingskas gespekt en ontstaat er behoud van economisch verkeer voor de lokale ondernemers.



Wat is Positoos?

Positoos is een volledig geautomatiseerd spaarsysteem voor individuele ondernemers, winkeliersverenigingen en winkelketens.

Het doel van het Positoos-concept is het behouden en uitbreiden van het lokale klantenbestand.

De consument spaart Positoos voor zichzelf en voor een vereniging naar keuze.

Positoos voor de ondernemer

- Klantenbinding/loyaliteit
- Klant komt terug/duurzaamheid
- Meer omzet, meer winst
- Behoud economisch verkeer in de omgeving
- Inzicht koopgedrag consument
- Een gereguleerd kortingssysteem
- Gerichte acties
- Pas gebruik gaat snel en Veilig
- Sparen, acties,inzicht en overzicht: alles eenvoudig via geautomatiseerd informatiesysteem
- Volledig geautomatiseerd spaarsysteem tegen lage kosten
- Klantinformatiesysteem. Met unieke inlogcode zijn alle transacties in te zien.
- Grotere betrokkenheid van bevolking en verenigingen
- De klanten komen vaker terug en besteden meer
- Een win/win concept
- Terminal mobiel te gebruiken

Voordelen voor de klant

- Korting/voordeel bij lokale ondernemers
- Lokaal sparen gaat snel en eenvoudig
- Pas gebruik is snel en veilig
- Het gemak van één spaarpas voor alle aangesloten bedrijven
- Sparen voor de vereniging naar keuze
- Via unieke inlogcode inzicht in spaarsaldo en transacties
- Bij voldoende saldo kan er met de pas ook betaald worden

82% van de klanten komt vaker terug
65% van de klanten geeft meer uit

Het concept

De klanten moeten de beschikking hebben over een persoonsgebonden geactiveerde Positoos-spaarpas. Met deze pas hebben de klanten de mogelijkheid om Positoos te sparen bij alle aangesloten ondernemers. Bij voldoende saldo, kan er ook betaald worden met de pas. De Positoos worden met een draadloze terminal bij- of afgeschreven.

De draadloze terminal kan ook mobiel gebruikt worden. De klanten dienen bij iedere aankoop de pas af te geven zodat de Positoos automatisch worden bijgeschreven.

Het bijzondere van Positoos is dat de klant niet alleen voor zichzelf spaart, maar ook voor zijn of haar vereniging naar keuze.

Van iedere 10 Positoos die gespaard worden gaan er 4 Positoos naar de gekozen vereniging.

In het pakket van de ondernemer

- Een mobiele spaarterminal met uitleg
- Uw eigen database op de Positooswebserver
- Klantinformatiesysteem via unieke inlogcode
- Inzicht in het spaarsaldo per klant en het transactieoverzicht per klant
- Helpdesk en ondersteuning
- Exposure en bekendheid via mediakanalen
- Documentatie en ondersteunend materiaal zoals, folders, posters, raamstickers, displays et cetera.

De terminal

Positoos maakt gebruik van een draadloze terminal met hoogwaardige software die optimaal beveiligd is. De terminal is ook mobiel te gebruiken.

Na overleg met de ondernemer wordt de terminal ingesteld naar haar of zijn wensen en is klaar voor gebruik. Technische handelingen zijn niet nodig.

- De Positoos-spaarder heeft een persoonsgebonden spaarpas met chip. Bij iedere aankoop wordt de pas afgegeven en de Positoos worden automatisch bijgeschreven.
- Bij voldoende saldo op de pas kan er ook mee betaald worden.
- De ondernemer is verplicht om de terminal 1 keer per week aan een computer te koppelen om de transacties door te geven aan de centrale database. Dit duurt 30 seconden.

Van iedere euro die de consument spaart gaat **40 procent** naar een door de consument vooraf aangegeven lokale vereniging of doel.

Makkelijk sparen

1 posito is 1 eurocent waard. Met de Positoos-pas kan er, indien het saldo toereikend is, ook betaald worden. Uit onderzoek blijkt dat de gemiddelde lokale besteding van een gezin ongeveer 150 euro per week is. Denk onder andere aan supermarkt, bakker, slager, drogist, schoenen, kleding, enzovoort.

Wij nemen als voorbeeld 150 euro besteding per week. 52 weken x 150 euro is een jaarlijkse besteding van 7800 euro. Met een gemiddeld voordeel van 5% levert dit **390 euro per jaar aan voordeel op**. 40% hiervan gaat naar een vooraf gekozen vereniging.

De Spaarpas

- De spaarpas is voorzien van een chip en is optimaal beveiligd tegen fraude en schade.
- De pas dient bij aanschaf altijd gekoppeld te worden aan de NAW gegevens van een klant.
- De aanschafkosten van de pas is 5,95 euro. Daarmee steunt de spaarder jaarlijks niet alleen zichzelf, maar ook de vereniging of doel naar keuze.
- Voor het gebruik van de pas en dataverkeer wordt voor de daarop volgende jaren hetzelfde bedrag in punten ingehouden op de gespaarde Positoos. Staat er niet voldoende saldo op de pas, dan hoeft er ook niet betaald te worden.

Sparen voor uw vereniging

Als er bij een vereniging 75 leden gaan sparen dan kan dit ruim 10.000 euro voor de clubkas betekenen.

5% van 390 euro x 75 leden = 11.700 euro voor de vereniging



Uit onderzoek gebleken
de toepassingen van loyaliteitskaarten



Gratis Klantenkaart snel uit de gratie

Gratis klantenkaarten zijn geen lang leven beschoren. Meer dan de helft van de gratis klantpassen wordt binnen een jaar in de lade gelegd, zo blijkt uit een onderzoek van het Franse Caise Nationale. De klanten die na een jaar hun gratis pas nog gebruiken, geven er gemiddeld na drie jaar de brui aan. De betaalde variant scoort beter: na drie jaar wordt slechts een vijfde van de passen niet meer gebruikt. De koppeling van de pas aan populaire spaarprogramma's dragen bij aan de langere levensduur.

De potentie van de klantenkaart

De potentie van klantenkaarten wordt in de detailhandel nauwelijks benut, zo valt te concluderen uit onderzoek van de Universiteit van Tilburg. Volgens onderzoekers drs. Leenheer en prof. dr. Bijmolt zijn de mogelijkheden legio, maar wordt een klantenkaart vaak geïntroduceerd omdat de concurrent er ook een heeft. Simpele prijskortingen blijken nauwelijks effect te genereren, maar spaarsystemen spelen een cruciale rol. Spaarprogramma's blijken tot sterke verbeteringen in klantloyaliteit en -kennis te leiden.

Klantgedrag in kaart

De onderzoekers uit Tilburg zijn teleurgesteld in de creativiteit van de detaillisten als het om het toepassen van klantenkaarten gaat. Spaarsystemen zijn het populairst (78 procent) van de onderzochte klantkaarten daarna volgen kortingen en het sturen van direct mail aan kaarthouders (beiden 61 procent). Speciale avonden of productdemonstraties lijken bij uitstek geschikt om klanten meer te betrekken en loyaler te maken, maar worden nauwelijks benut. En hoewel per klant het koopgedrag en reacties op marketingacties van klanten te volgen is, doet veertig procent niet of nauwelijks iets met deze gegevens. Volgens de onderzoekers bepaalt de combinatie van data-analyse, spaarsystemen, direct mail, centralisatie van de organisatie en de koopfrequentie in de markt, het succes van een klantkaart.

Positoos | Groenstraat 139-155 | 5021 LL Tilburg

info@positoos.nl | www.positoos.nl