

# E-BOOK:

Ako získať nových  
zákazníkov a udržať  
si tých stálych?



**BONUS:**

Ako efektívne  
zbierať kontakty  
do databázy

# Obsah:

<b>ÚVOD/Boj o každého jedného zákazníka, boj o každú jednu objednávku . . . . .</b>	<b>4</b>
<b>1. Získajte si pozornosť zákazníkov vernostnými systémami . . . . .</b>	<b>5</b>
Čo je vernostný systém? . . . . .	6
Čoho je schopný vernostný systém? . . . . .	6
Typy na vernostný systém . . . . .	7
<i>Kartička</i> . . . . .	8
<i>Modernejšie vyhotovenia</i> . . . . .	8
Čo dokáže virtuálna peňaženka? . . . . .	9
Všeobecné výhody vernostných systémov . . . . .	9
<b>2. Kombinujte vernostné systémy so zľavovými akciami . . . . .</b>	<b>11</b>
Čo sú zľavy, akcie a kupóny? . . . . .	12
Čoho sú schopné zľavy, akcie a kupóny? . . . . .	12
Typy na zľavy, akcie a kupóny . . . . .	13
<i>Bodový, resp. klubový systém</i> . . . . .	13
<i>Individuálne zľavové akcie a kupóny</i> . . . . .	13
Čo dokáže odmena za opakované nákupy? . . . . .	13
Všeobecné výhody zliav, akcií a kupónov . . . . .	14
<b>3. Ako to funguje v praxi . . . . .</b>	<b>15</b>
Príklad č. 1. . . . .	16
Príklad č. 2. . . . .	16
Príklad č. 3. . . . .	17
Príklad č. 4. . . . .	18
Príklad č. 5. . . . .	18
Výsledok. . . . .	19
Náš tip . . . . .	19
<b>+BONUS: Ako efektívne zbierať kontakty do databázy . . . . .</b>	<b>20</b>
Online objednávanie donášky a Inteligentný stôl na nenútený zber kontaktov . . . . .	21
Čo z toho vyplýva? . . . . .	22
<b>ZÁVER/Výhru máte vo vlastných rukách . . . . .</b>	<b>23</b>

# ÚVOD

## Boj o každého jedného zákazníka, boj o každú jednu objednávku

Podnikanie v gastropriemysle sa dá v pokročilom 21. storočí vnímať aj ako **boj o každého jedného zákazníka**. S rozmachom moderných technológií prišli na scénu nové možnosti a rôzne inteligentné funkcie, ktoré sa výrazne dotkli aj reštaurácií a kaviarní.

Na základe toho narástol počet ambiciózných podnikateľov v danom segmente – a začalo sa tak **nekončiace sa súperenie o každú jednu objednávku**. My vám však poradíme, **ako žať v nabitej konkurencii úspechy**. Poradíme vám, **ako získať nových zákazníkov a zároveň si udržať tých stálych**.

A najkrajšie na tom všetkom je, že to bude nesmierne **jednoduché**, mimoriadne **intuitívne** a v mnohých prípadoch aj plne **automatické**. Zabojujme spolu o každého jedného zákazníka a o každú jednu objednávku!





# 1. Získajte si pozornosť zákazníkov vernostnými systémami

Ak ste po úvodných slovách čakali mágiu, čary alebo zázračné rady, pravdepodobne nenaplníte vaše očakávania. Na druhej strane, v žiadnom prípade vás nesklameme. Ako sme spomínali, recept na získanie nových zákazníkov a udržanie tých stálych je skutočne nesmierne jednoduchý.



Vedeli ste, že až 83 % zákazníkov, ktorí sú zapojení do vernostného systému, mení vďaka účasti v danom programe svoje nákupné správanie?

Čo z toho vyplýva? Dajte vašim stálym aj potenciálnym zákazníkom **možnosť zapojiť sa do vernostného systému** a odkloňte ich nákupné správanie od konkurencie. Získajte ich na svoju stranu, získajte si ich pozornosť.

Odmenu vám bude nielen takzvaný **okamžitý efekt**, ktorý hovorí o tom, že zákazník sa v danom momente rozhodne pre vás, ale zároveň aj **zbieranie užitočných informácií** o nákupných zvyklostiach konkrétnych kontaktov.

## Čo je vernostný systém?

**Vernostný systém** je často opomínanou a prehliadanou súčasťou marketingových aktivít reštauračných zariadení. Väčšina prevádzkovateľov si pod týmto označením automaticky predstaví kartičku na pečiatky, vďaka ktorej sa vzdáva časti svojej tržby v prospech zákazníka. Ďalším z dôvodov prehliadania vernostných systémov je obava z vysokých nákladov spojených so zavedením a s údržbou takého programu. No a v neposlednom rade nemožno nespomenúť ani predsudky o zložitosti prepracovaných vernostných systémov, ktoré však absolútne nie sú na mieste. Ich zavedenie a používanie totiž zvládnete bez akýchkoľvek svetoborných poznatkov. Všeobecne sa pod označením **vernostný systém** toho skrýva skutočne mnoho.

Pokojne ho môžeme nazvať druh marketingu, marketingový nástroj či spôsob reklamy. Fungujúci vernostný systém **dokáže budovať klientelu a tiež získavať informácie o vašich zákazníkoch a napomáhať vám v komunikácii s nimi**. Ako to však býva pri prevažnej časti marketingových aktivít, aj táto si vyžaduje vaše pričinenie.



## Čoho je schopný vernostný systém?

Kvalitne nastavený vernostný program je schopný dosiahnuť viac, ako by ste si možno spočiatku mysleli. Okrem spomínaného získavania informácií o vašich zákazníkoch a napomáhania v komunikácii s nimi môže za vás robiť kompletný **prieskum trhu**. Vďaka tomu budete napríklad vedieť, aké suroviny idú na dračku a čo je potrebné doobjednať. Pýtate sa, ako je to možné?

Rôzne objednávkové systémy či elektronické pokladnice, ktoré zastrešujú aj rozličné vernostné systémy, **si dokážu zapamätať, čo a kedy si u vás kúpili konkrétni zákazníci**. No a na základe toho vy ako správny manažér (resp. tímlíder) viete vyhodnotiť, ako naložiť s nazbieranými dátami. Podobné funkcie ponúka aj systém [iKelp POS Mobile](#).

Výhodou vernostných programov je, že sa dajú využívať nielen priamo v **prevádzkach**, ale aj v **online prostredí**. Ak zavíta hosť priamo do vášho zariadenia, môžete mu ponúknuť rôzne kartičky či okamžité zľavy. V prípade online prostredia môžete návštevníkom ponúkať benefity po registrácii alebo nákupe.

## Tipy na vernostný systém

Vernostný systém by mal byť predovšetkým **jednoduchý a ľahko pochopiteľný pre zákazníkov**. Tí majú najradšej jasné percentuálne vyjadrenia týkajúce sa zliav alebo bonusy v podobe jedla/nápoja zadarmo. Vo vašom reštauračnom zariadení to dokážete dosiahnuť hneď niekoľkými spôsobmi.

Upozornenie: Ešte predtým, ako sa pustíte do vymýšľania vernostného systému pre vašu prevádzku, vám odporúčame informovať sa o nových nariadeniach GDPR o spracovávaní osobných údajov.



## Kartička

Azda najtradičnejším vernostným systémom v reštauračných zariadeniach je kartička, na ktorú dostávajú hostia **pečiatky za každú návštevu**, pričom po dovŕšení určitého počtu takýchto označení si vyslúžia jedlo či pitie zadarmo. Tento spôsob sa často uplatňuje pri kúpe, resp. predaji kávy.



Kartičky však zvyknú fungovať aj na iných princípoch. Hostom môžete ponúknuť napríklad takú, vďaka ktorej získajú **stálu zľavu vo vašom zariadení**. Výmenou zvyknú byť osobné údaje poskytnuté na marketingové účely.

Ďalšou možnosťou sú kartičky, na ktoré by vaši zákazníci zbierali **kredity či body za každý nákup**. Na základe toho, koľko by ich získali, by neskôr dostali zľavy alebo iné výhody. Podobne fungujú aj vernostné systémy na benzínových staniciach či v potravinových reťazcoch.

## Modernejšie vyhotovenia

Dnešné moderné technológie ponúkajú obrovské možnosti, **ako sa odlíšiť a robiť veci lepšie než konkurencia**. Jednou z nich je aj vernostný systém, ktorý ponúka iKelp **POS Mobile**. S týmto systémom nepotrebujú vaši zákazníci žiadnu vernostnú kartičku. Neotravujete ich ani žiadnym sťahovaním aplikácie do mobilu.

Stačí, ak vyplní jednoduchú registráciu, a následne si nájdú svoj profil, kde sa im zobrazia všetky aktuálne kupóny či zľavy, ktoré sú automaticky aktívne. No ide to aj bez registrácie, a to vtedy, ak sa prihlásia pomocou svojho googlového alebo facebookového účtu. Po prihlásení sa dostanú do verejného priestoru webu reštaurácie. Takisto funguje aj **Inteligentný stôl**. Keď si zaň „sahnú“, automaticky sa ocitnú vo svojom profile, v ktorom majú svoje ceny, akcie, kupóny, kredit vo virtuálnej peňaženke, svoju preddefinovanú platobnú kartu na rýchle platby a mnoho ďalšieho.

## Čo dokáže virtuálna peňaženka?

Keď už sme načrtli tému virtuálnej peňaženky, nedá nám ju nerozvinúť.

**Virtuálna peňaženka** je akýmsi headlinerom inteligentných vernostných systémov. V praxi funguje asi tak, že jej používateľ len zaklikne fajočku „Povoľujem virtuálnu peňaženku“ a nastaví si, za aké sumy bude možné dobíjať kredit, resp. aké bonusy budú prameniť z dobitia.

**Virtuálna peňaženka** – online účet zákazníka s možnosťou pravidelného dobíjania kreditu. Najväčším lákadlom je odmena za dobitie – napríklad zľavový kupón v hodnote 2 € pri dobití kreditu sumou 50 €. Okrem toho je virtuálna peňaženka populárna u majiteľov prevádzok aj z ďalšieho dôvodu. Tí ju s obľubou využívajú ako zamestnanecký benefit. Personálu každý mesiac jednoducho dobijú určitý kredit, ktorý môžu minúť v prevádzke.



## Všeobecné výhody vernostných systémov

Inteligentné vernostné systémy **predstavujú plne automatického pomocníka**, ktorý vykoná všetku potrebnú evidenciu za vás. Okrem toho odbúra z vášho podniku nemoderné papierové a plastové kartičky, ktoré zbytočne zaťažujú peňaženky vašich zákazníkov a samotnú prírodu. Ak si však vaši zákazníci potrpia na kartičky, ponúknite im ekologickejšiu a pre vás menej nákladnú alternatívu. Môže ňou byť čiarový alebo QR kód, ktorý vám jednoducho, pohodlne a rýchlo ukážu na obrazovke smartfónu.

## Pozrime sa teda na výhody vernostných systémov:

- Z výskumov vyplýva, že **až 25 % zákazníkov**, ktorí využívajú vernostné systémy, nakupuje vďaka tomu **častejšie**.
- Spokojný zákazník odporučí svoj obľúbený podnik v priemere ďalším **3 osobám**.
- Tvorba a správa **vlastnej databázy zákazníkov** a cielený marketing
- Plne **automatizovaný klubový systém** robí marketing za vás a vy sa môžete zamerať na svoju prácu.
- **Zľavové kupóny a poukážky** zvýšia vašim zákazníkom chuť na opakované objednávky.
- **Zbieranie bodov za nákupy** a ich výmena za kupóny alebo darčkové predmety je hra, ktorú zákazníci milujú.
- Možnosť napojenia sa na celosvetový vernostný program **Cashback World**



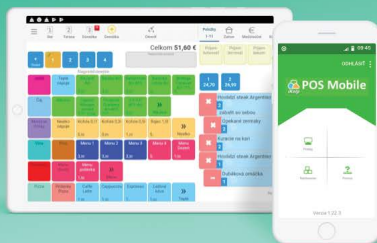
**TIP:** Začnite s vernostným systémom na jeden klik - zapnite automatické radenie zákazníkov medzi bronzových, strieborných a zlatých, z čoho im automaticky vyplývajú benefity, ktoré im nastavíte.



Mimochodom, **výhody vernostných systémov** pod hlavičkou iKelp POS Mobile vyzdvihuje aj majiteľ pizzerie Black M Marián: „*Od kedy používame systém iKelp POS Mobile, môžeme skonštatovať, že vernostné karty sú zatiaľ najlepším produktom, ktorý naši zákazníci využívajú. Vďaka vernostnej karte majú stáli zákazníci výrazné zľavy a môžu využívať aj rôzne akcie, ktoré u nás práve prebiehajú.*“

## Ako funguje iKelp POS Mobile?

VYSKÚšať ŽIVÉ DEMO



## 2. Kombinujte vernostné systémy so zľavovými akciami

Efektívnym spôsobom, ako získať nových zákazníkov a udržať si tých stálych, je aj kombinácia vernostných systémov so zľavovými akciami. Asi najobľúbenejšou formou zľavy je **odmena za opakované nákupy**, prípadne **odmena za registráciu**. Zákazník získa pocit výnimočnosti a vy **si vytvoríte vlastnú databázu zákazníkov**, ktorá je najhodnotnejším článkom vášho biznisu. Môžete vďaka nej sledovať nákupné zvyklosti vašich zákazníkov a robiť cieľený marketing.

## Čo sú zľavy, akcie a kupóny?

Zľavy a akciové ponuky **sú jednou z najlepších motivácií na opakované nákupy**. Laicky povedané, **zákazníkom zvyšujú chuť** na opakované nákupy. Dokazujú to aj štatistiky, ktoré hovoria, že 51 % výdavkov za potraviny a drogériu v slovenských domácnostiach je utratených za tovar v akcii. V cestovnom ruchu je v režime *first a last minute* predaných dokonca až 80 % zájazdov.

Myslíte si, že **v reštauráciách, kaviarňach a baroch** je to inak? Slovenskí spotrebiteľia zľavové akcie milujú a vyhľadávajú. Vďaka pokročilým nástrojom aplikácie iKelp POS Mobile na správu a evidenciu zľavových akcií im to môžete bez starostí dopriať. Tieto nástroje boli vyvinuté špeciálne pre gastroprevádzky, vďaka čomu premenia zložitú agendu takpovediac na prácu na pár kliknutí.

## Čoho sú schopné zľavy, akcie a kupóny?

Mysleli ste si, že klásť dôraz na zľavové akcie sa v reštaurácii nevyplatí? Štatistiky ukazujú, že pri efektívnej práci sú zľavy, kupóny a akciové ponuky schopné pomôcť udržať súčasných zákazníkov a tým **zvýšiť obraty a zisky vášho podniku**. Navyše aplikácia iKelp POS Mobile a modul Zľavy prináša rad možností, vďaka ktorým bude pre vás vytváranie a hlavne kontrola zľavových kampaní hračka.



# Tipy na zľavy, akcie a kupóny

Tak ako v prípade virtuálnej peňaženky, aj aplikácia iKelp POS Mobile požaduje a očakáva minimum vstupných údajov aj na zaužívanie zliav, akcií a kupónov.

**Začať ich využívať je skutočne jednoduché.**



## Bodový, resp. klubový systém

**Bodový, resp. klubový systém** je hravá a napínavá forma, v rámci ktorej si môžete nastaviť, za čo a koľko bodov získa váš zákazník. Nazbierané body zákazník následne dokáže vymieňať za zľavy alebo za ne môže nakupovať zľavové vouchery.

## Individuálne zľavové akcie a kupóny

**Individuálne zľavové akcie** sú určené na individuálne celenie na konkrétneho zákazníka alebo konkrétnu situáciu. Ide o akcie, ktoré dokážu pracovať plne automaticky, napríklad happy hour (šťastná hodinka), doručenie donášky zadarmo od určitej sumy, pizza 2 + 1 zadarmo atď.

## Čo dokáže odmena za opakované nákupy?

V predošlej kapitole sme v rámci tipov na vernostné systémy postavili do popredia virtuálnu peňaženku. V prípade tipov na **zľavy, akcie a kupóny** tak učiníme s **odmenou za opakované nákupy**. A keďže jej princíp je založený na báze vernostného systému, prekrásne ukazuje funkčnú kombináciu vernostných systémov so zľavovými kupónmi. Koniec koncov, práve o tom hovorí celá druhá kapitola.

**Odmena za opakované nákupy** – obľúbená forma vernostného systému, ktorá automaticky vyhodnocuje výšku zľavy v závislosti od výšky útraty za určité obdobie a automaticky zaraďuje zákazníka do bronzovej, striebornej a zlatej kategórie.

## Všeobecné výhody zliav, akcií a kupónov



Medzi všeobecné výhody zautomatizovaných zliav, akcií a kupónov (obzvlášť v spojitosti so všestranne užitočným softvérom iKelp POS Mobile) je už niekoľkokrát spomínané **získanie nových zákazníkov a udržanie si stálych**. Okrem toho za zmienku stojí aj neustále **prinášanie nových ponúk** smerom k zákazníkovi a následné **zvyšovanie tržieb**, ktoré dokážete docieľiť „automatickým“ zvyšovaním priemernej hodnoty objednávok (viac v 3. kapitole).

### Pozrime sa teda na výhody zliav, akcií a kupónov:

- Zľavové kupóny a poukážky zvýšia vašim zákazníkom chuť na opakované nákupy.
- Spokojný zákazník vás odporučí v priemere ďalším 3 ľuďom a rozšíri váš okruh zákazníkov.
- Možnosť podmieniť získanie zľavy alebo uplatnenie kupónu od určitého obratu
- Anonymné zľavové akcie alebo tvorba a správa databázy zákazníckych profilov
- Pokročilé štatistiky a cielené oslovenie špecifických skupín zákazníkov
- Happy hour (šťastná hodinka) – plánovanie zľavovej akcie na hodinu, keď je váš podnik najmenej vyťažený.

V súvislosti **s výhodami zliav, akcií a kupónov** sme o čosi vyššie spomenuli prinášanie nových ponúk smerom k zákazníkom. Naše slová potvrdzuje aj majiteľ reštaurácie Jozef II. Martin: „Kľúčom k udržaniu si spokojného zákazníka je neustála práca na zlepšovaní sa, **prinášanie nových ponúk** a zavádzanie nových technológií. Pre klientov musíme ísť s dobou a byť stále IN, k čomu nám pomáha aj náš pokrokový pokladničný systém.“



### 3. Ako to funguje v praxi

Ako sme už niekoľkokrát naznačili, obrovským benefitom vernostných systémov, resp. ich kombinácie s rôznymi zľavovými akciami a kupónmi, je **pozorovanie nákupných zvyklostí konkrétnych kontaktov z vašej databázy**. Získané informácie, dáta, štatistiky či analýzy môžete následne využiť s cieľom napredovať v podnikaní.

Naháňajú vám spomínané termíny ako dáta, štatistiky či analýzy husiu kožu? Popravde, ani sa vám nečudujeme. **Nemáte sa však čoho báť**. Nemusíte nič analyzovať, skúmať ani vyhodnocovať. Inteligentný softvér to všetko dokáže zastrešiť za vás – **plne automatizovane**. Demonštrovať to môžeme na nasledujúcich príkladoch z praxe:

## Príklad č. 1

Vďaka evidencii vášho šikovného softvéru viete, že vo vašej pizzerii objednávka najčastejšie pozostáva z dvoch kusov pizze v hodnote cca 8 €. A pritom nemusíte nič analyzovať ani skúmať. Jednoducho vidíte, že ste za mesiac urobili 1 000 objednávok s obratom 8 000 €. Čo keby ste si však nastavili automatickú zľavu, v rámci ktorej by bola tretia pizza za polovičnú cenu?

Zdvihnete tak výšku priemernej objednávky **z 8 na 10 €**, a teda mesačný obrat **z 8 000 na 10 000 €**. Možnosťou je napríklad aj doprava zadarmo pri online **objednaní** tretej pizze.



## Príklad č. 2

Pizzeria sa vás netýka? Žiaden problém, zľavu na podobnom princípe dokážete využiť aj v kaviarni. Dajme tomu, že najčastejšie vystavujete účtenku na 2 kávy a 1 vodu v celkovej hodnote približne 6 €. Opäť to za vás zistil váš inteligentný systém. Čo keby ste u vás zaviedli pri takejto objednávke automatickú zľavu na 2 dezerty v zmysle 1 + 1 zadarmo?

Ich hodnota by sa mohla pohybovať na úrovni 4 €, no vy by ste ich ponúkali za polovicu. **Z pravidelnej 6-eurovej objednávky by sa razom stala 8-eurová.** Mimočodom, tento typ akcie perfektne podporí malý letáčik na stole alebo odborne zaškolený personál.

## Príklad č. 3

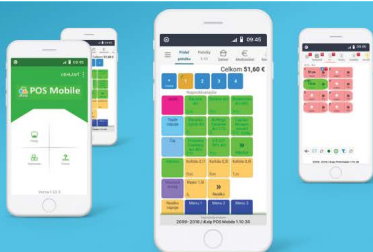
Vyššie zmieňovaná automatická akcia na pizzu sa dá aplikovať aj na webové objednávky donášky alebo rozvozu jedla (nielen v rámci dopravy zadarmo). Čo sa týka vašich internetových zákazníkov a s nimi súvisiacim **online objednávaním**, môžete im ponúknuť ako odmenu za registráciu napríklad **zľavový kupón na prvý nákup**. Takýmto spôsobom ich nielenže motivujete k jednorazovému nákupu, ale získate aj ďalší cenný kontakt do vašej databázy, ktorý pre vás môže v budúcnosti znamenať ďalšie zvýšenie tržieb.

Áno, aj toto všetko dokáže zautomatizovať váš systém iKelp POS Mobile. A keďže snaha o registráciu zákazníkov by mala predstavovať jeden zo základných krokov vášho podnikania, tento typ akcie nesmie chýbať v žiadnom vernostnom systéme.



### Koľko stojí aplikácia iKelp POS Mobile?

ZISTIŤ V KALKULAČKE



## Príklad č. 4

Štvrtý príklad síce nebude vyslovene pripomínať vernostný systém, no dá sa chápať ako určitá odmena za vernosť. Predovšetkým však ide o **doplňkový predaj**. Predstavte si, že vo vašom podniku zavediete akciu, ktorá sa bude viazať na kúpu konkrétneho produktu. Skvelým príkladom je **polievka k obedovému menu** za akciových 1,20 €, ktorá inak stojí 2,40 €.

Obdobná stratégia sa dá aplikovať aj na doplnkový predaj **slaných snackov k nápojom**. Spomenúť môžeme napríklad slané korbáčiky k pivu – taktiež za akciovú sumu. Samozrejme, systém toto všetko dokáže overovať a evidovať.



## Príklad č. 5

No a na záver spomenieme aj **zľavové a darčkové poukážky**, ktoré sa dajú v gastropriemysle fantasticky viazať najmä na určité druhy eventov, akými sú napríklad Black Friday, Medzinárodný deň žien, diskotéky a podobne. Zatiaľ čo zľavová poukážka (napríklad zľava v hodnote 2 € pri nákupe nad 20 €) zvykne predstavovať zľavu na konkrétny produkt, tak darčkový poukaz (napríklad na nákup v hodnote 10 €) je zvyčajne možné uplatniť na čokoľvek v rámci daného podniku.

A bonusom v prípade takýchto akcií je skutočnosť, že nimi **dokážete efektívne podporiť aj registrácie zákazníkov** (napríklad v zmysle: *Zaregistrujte sa a získajte zľavový/darčkový poukaz alebo, Zaregistrujte sa a získajte zľavu na náš chystaný event*).

## Výsledok

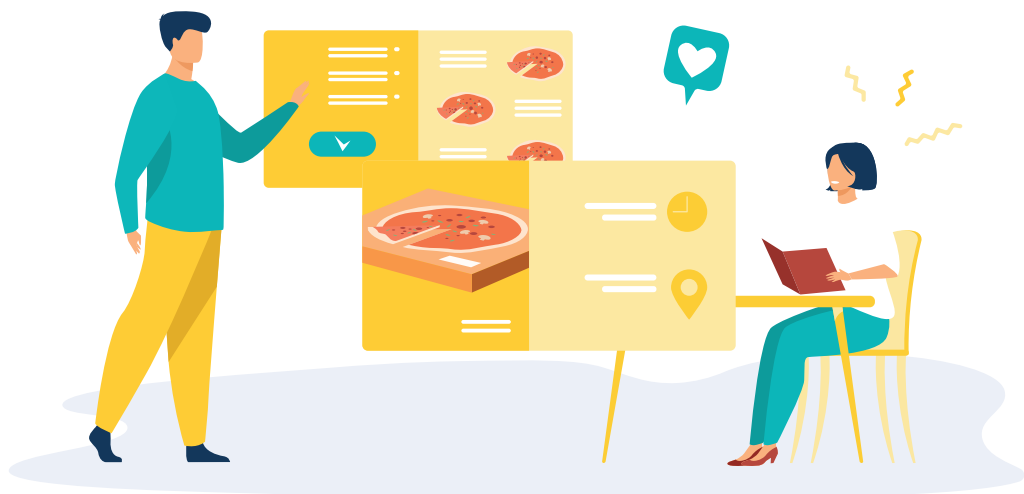
Zatiaľ čo váš inteligentný systém všetko automaticky riadi a dynamicky vyhodnocuje na základe vašich pár klikov, vy môžete sledovať, ako sa darí vašim akciám. Alebo inak povedané, **môžete sa tešiť z toho, ako vám** „z ničoho nič“ **narastajú tržby**.

Čiže bez strachu a smelo do toho. Je to skutočne **jednoduché**, v mnohých prípadoch **automatizované** a v neposlednom rade **účinné**.

## Náš tip

V rámci používania vernostných systémov a zľavových akcií na účely získavania nových zákazníkov a udržiavania tých stálych vám odporúčame, aby ste vaše jednotlivé marketingové kroky neustále **prezentovali** a aj **obmieňali**.

Mimoriadne efektívnymi nástrojmi na promovanie rôznych zliav, akcií a kupónov sa v súčasnosti zdajú predovšetkým **sociálne siete**. Čo sa týka obmieňania ponúkaných vernostných systémov a akcií, berte to ako nevyčerpatelnú studnicu možností. Vernostný systém musí byť **hravý**, pričom je výborné, keď ponúka zákazníkovi stále niečo **nové**.





## BONUS: Ako efektívne zbierať kontakty do databázy

Je síce super, keď vymyslíte parádne akcie a urobíte výhodné zľavy, **no čo z toho, keď ich nebudete mať komu ponúknuť?** Samozrejme, ako sme už v predošlých riadkoch spomínali, už samotné vernostné systémy dokážu zaručene prispievať k získavaniu kontaktov do vašej databázy. Bolo by však hriechom nevyťažič z nich maximum. Ako na to? Riešenie sa núka v [online objednávaní donášky](#) a Intelligentnom stole.

**Ako funguje donáška?**

ZISTIŤ TU



# Online objednávanie donášky a Inteligentný stôl na nenútený zber kontaktov

Na prvý pohľad možno nepochopiteľné, no keď ste pozorne čítali príklad č. 3 v kapitole Ako to funguje v praxi, možno už tušíte, kam smerujeme. **Ako teda môžete efektívne zbierať kontakty do databázy** pomocou online objednávania donášky?



Pri online objednávke zákazník vyplňa všetky „zaujímavé“ dáta (e-mail, telefónne číslo, prípadne adresu), o ktoré máte záujem. Tie získate jednoducho, pretože **k potvrdeniu objednávky dôjde len vtedy, ak dá zákazník súhlas so spracovaním osobných údajov.**

No a nezabúdajme ani na spomínaný Inteligentný stôl. V akom zmysle slova? Vo svojej podstate vám **stačí vytlačiť na stoly malý QR kód a pre vašich hostí máte vstupnú bránu do online sveta.** A čo motivácia zákazníkov? Tá môže byť automatická, ba priam až prirodzená. Predstavte si, že odmenou za registráciu im môže byť nejaký drobný darček, napríklad malý koláčik ku káve ako pozornosť podniku.



**Ako funguje Inteligentný stôl?** To sa dozviete vo videu, ak kliknete na [tento odkaz](#).

# Čo z toho vyplýva?

Ak spolu s vernosťnými systémami rozbehnete vo vašom podniku aj možnosť online objednávanie donášky a Inteligentného stola, prirodzene a nenásilne **vyťažíte maximum z ich ponúkaných výhod**. Okrem toho, čo sme už niekoľkokrát spomínali, k nim navyše patrí aj odbremenenie personálu od manuálneho vybavovania telefonických objednávok.



**Zapamätajte si:** Vernosťné systémy, akciové ponuky, online objednávanie donášky a Inteligentný stôl sa vzájomne prepájajú. Bolo by teda, logicky, na škodu nevyužívať benefity, ktoré ich kombinácia ponúka.



# ZÁVER

Výhru máte  
vo vlastných rukách



Čo všetko majú spoločné **vernostné systémy, akciové ponuky, online objednávanie donášky a Inteligentný stôl**? Teda okrem ich jednoduchého zavedenia do vášho podnikania a v mnohých prípadoch plne automatizovanej funkcionality? No predsa to, že máte všetky ich výhody len a len vo vlastných rukách.

Keď sa teda vrátíme v texte, konkrétne k úvodným slovám, tak to, či vyhráte boj o každého jedného zákazníka a o každú jednu objednávku, záleží v konečnom dôsledku najmä na vás. **Rozhodnite sa pre osvedčenú a zároveň efektívnu kombináciu** vernostných systémov, akciových ponúk a online objednávaní donášky a ich benefity nenechajú na seba dlho čakať.



Teraz, keď už viete, **ako získať nových zákazníkov a udržať si tých stálych**, nemáte na čo čakať. Pustite sa s chuťou a bez strachu do **jednoduchého, automatizovaného** a popri tom všetkom aj účinného gastropodnikania.

**Chcete si získať nových zákazníkov a udržať tých aktuálnych?**

**ÁNO, CHCEM VIAC INFO**



# Realizačný tím iKelp

**Mám záujem o viac info** →

**Mám záujem získať  
nových zákazníkov  
a udržať si mojich stálych** →

