

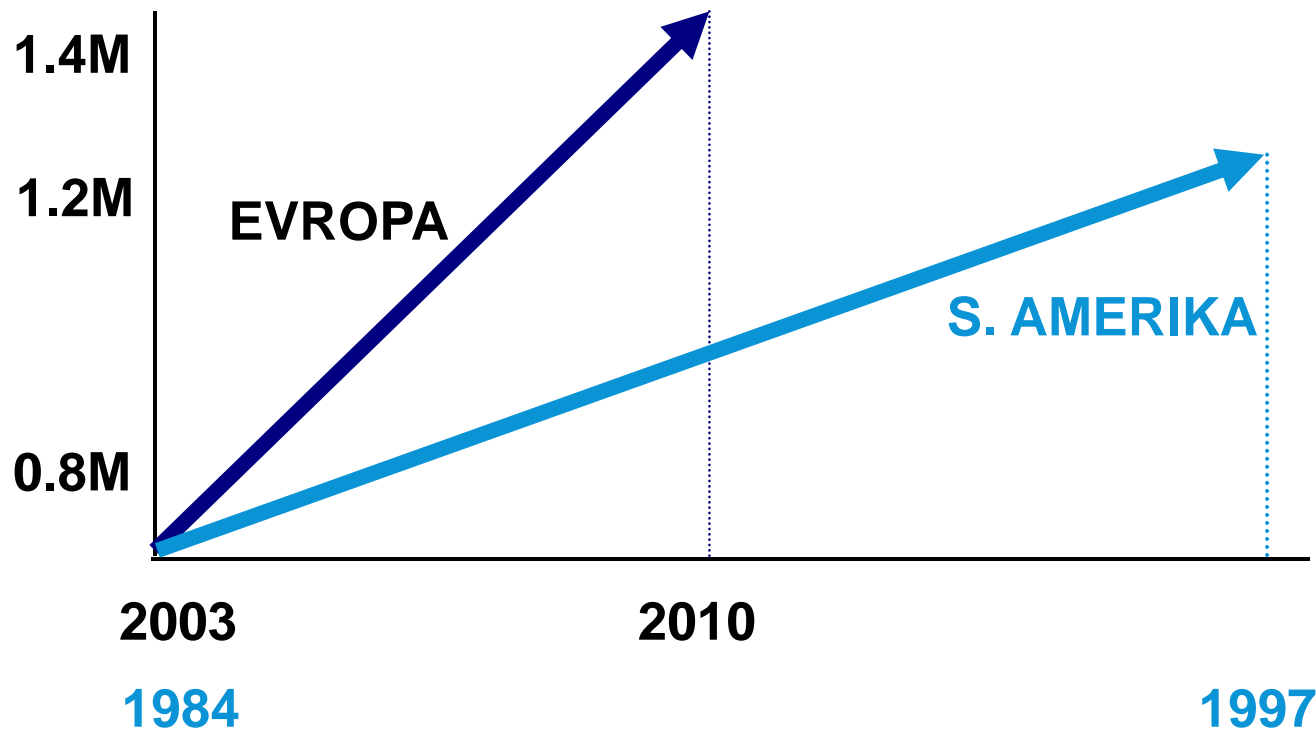
Program Ambasadur

Senja Vraber

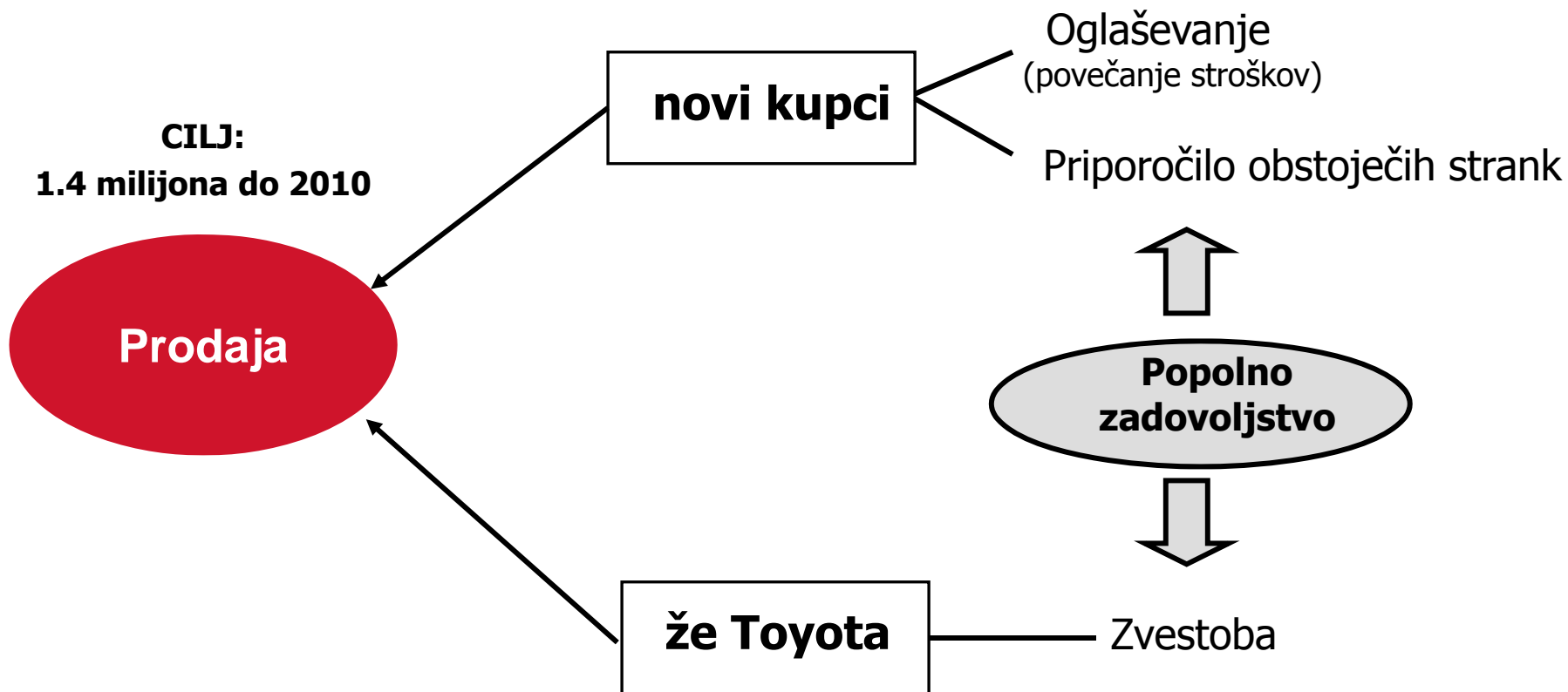
Program Ambasador

1. Uvod: lojalnost, priporočilo in uspešnost poslovanja
2. Namen programa ambasador
3. Promoviranje
4. Učinki
5. Zaključek

Ambiciozen načrt rasti prodaje

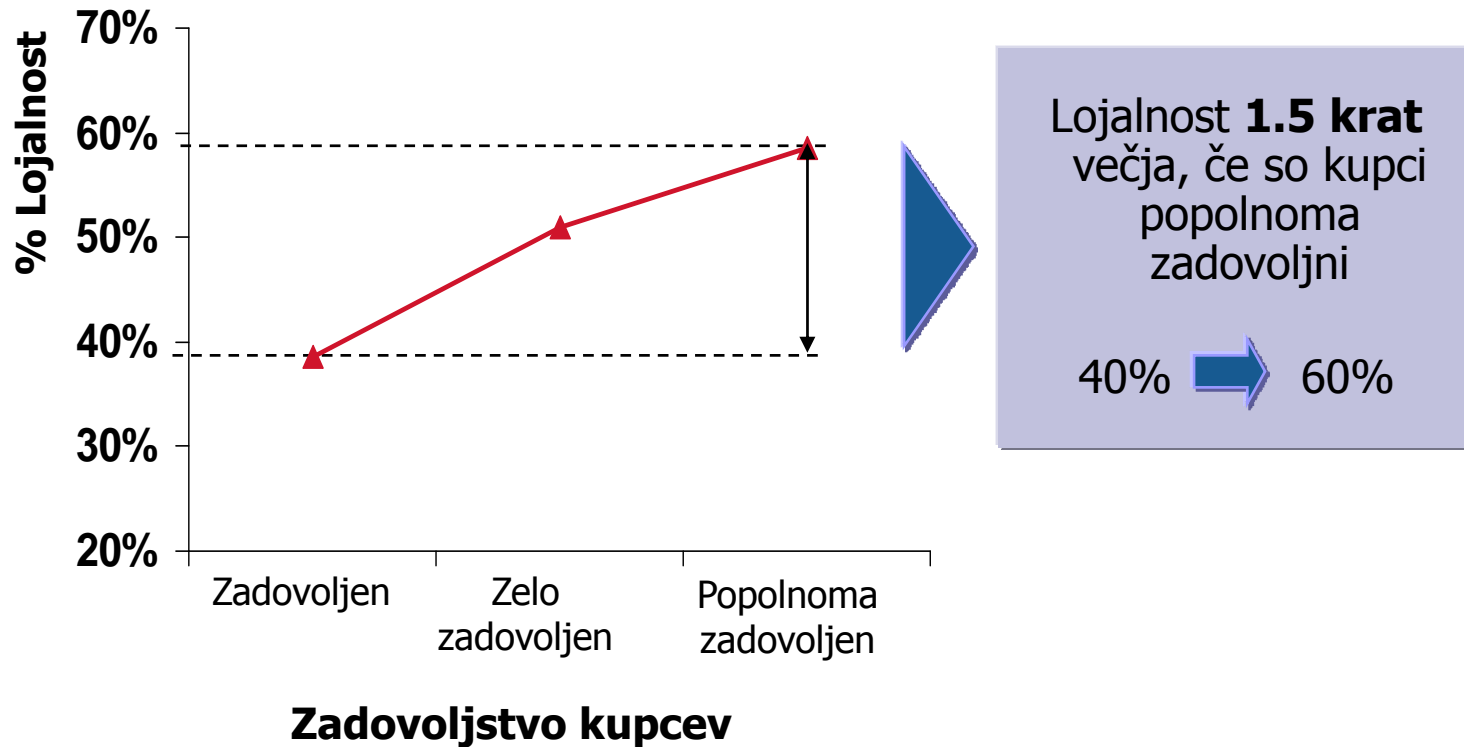


Popolno zadovoljstvo je ključ Toyotine rasti



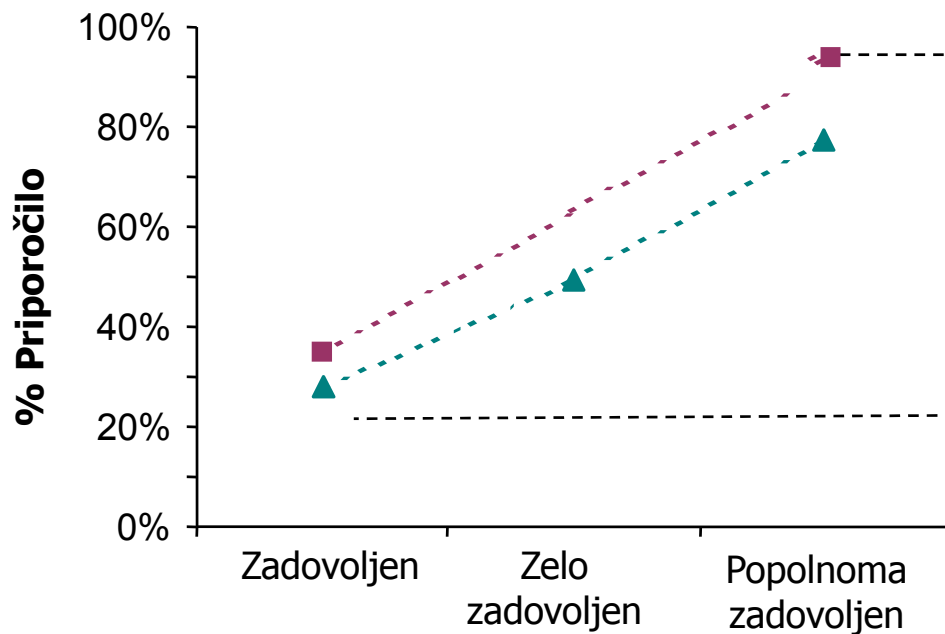
CCS (popolno zadovoljstvo) ustvarja zvestobo in priporočilo

Popolnoma zadovoljni kupci so zvesti



Vir: Raziskava NCBS 2004, lastniki Toyot

Popolnoma zadovoljni kupci so naši ambasadorji



Priporočilo = **4.75 krat** večje, kadar so kupci popolnoma zadovoljni

20% → 95%

---■--- Priporočilo znamke
---▲--- Priporočilo prodajalca

Zadovoljstvo kupcev

Vir: Raziskava NCBS 2004, lastniki Toyot

Program ambasador

Namen akcije:

- krepitev pripadnosti blagovni znamki
- bolje izkoristiti ugled znamke in ponos lastnikov Toyot
- vzpodbuditi priporočilo produkta, znamke in pooblaščenih partnerjev
- izkazati priznanje ambasadorjem znamke in omogočiti njihovo prepoznavnost

Priprava projekta

- definiranje jasnih pravil programa, nagrad
- izvajanje projekta (zbiranje baze podatkov, zahvalno pismo, pošiljanje nagrade po pošti)
- Follow up z nagradno igro

Promocija projekta

- obvestilo vsem zaposlenim v Toyotini mreži
- objava v reviji "Moja Toyota"
- promocija v Toyotinih prodajnih salonih (reklamno stojalo, vetrovke)
- oglasi v tiskanih medijih

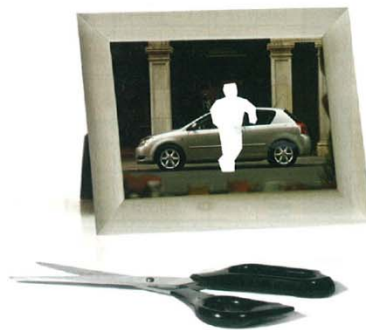


Postanite
TOYOTA AMBASADOR!

Kako? Preprosto.

- Svoje dobre izkušnje s Toyoto delite s prijatelji, sorodniki, znanci.
- Enega od njih navdušite tako, da tudi sam kupi enega od Toyotinih modelov.
- Pridobite si naziv TOYOTA AMBASADOR.
- Prejmete **ekskluzivno jakno TOYOTA AMBASADOR**, namenjeno samo ambasadorjem.
- Sodelujete v nagradnem žrebanju.
- Morda odpotujete na **sončni Bali**. Ambasador, novi lastnik Toyote in njuna partnerja. Vsi štirje.

Oglasite se v Toyotinem salonu, kjer vam bomo z veseljem posredovali več informacij o programu TOYOTA AMBASADOR.



Program ambasador

Učinki akcije:

- 8% prodanih vozil preko programa Ambasador
- 30% obiska v prodajnem salonu po priporočilu ambasadorjev
- povečanje priporočila, prodaje novih in rabljenih vozil
- povečanje zadovoljstva najpomembnejših strank – ambasadorjev znamke
- vetrovka Toyota Ambasador je postala razpoznavna in prestižna med lastniki Toyote (ni je mogoče kupiti)

Program ambasador

"Neželeni" učinki akcije:

- nezadovoljstvo strank, ki menijo, da bi morali biti vključene pa niso (npr. so priporočili v preteklosti ali ne morejo dokazati svojih priporočil)