



KASIAN CARD

شرکت فاوا تجارت کاسیان

تاریخ:

شماره:

پیوست:

طرح باشگاه مشتریان وفادار ویژه هایپر ها، هتل ها و فروشگاههای بزرگ و کوچک

گروه کارتهای اعتباری کاسیان کاسیان کارت

کاشان، خیابان شهید بهشتی، ابتدای خیابان شاهد، نبش بن بست بدر ۲

تلفن: ۰۳۱- ۵۵۴۴۷۱۰۱

پست الکترونیک: smkasian@gmail.com

ساعات تماس: همه روزه ۸ الی ۱۷

مدیرتهیه طرح: سید مصطفی مصطفوی فینی



اهمیت مشتری وفادار:

بدست آوردن مشتری جدید خوبست ولی نگهداری مشتری فعلی پر ارزشتر است و دشواری بسیار کمتری دارد، آمارها نشان دادند که هزینه نگهداری مشتری فعلی ۱۵ برابر کمتر از جذب مشتری جدید است، به همین دلیل است که هر مجموعه ای دیر یا زود به توسعه و پیشرفت خود در راستای وفاداری مشتریان اقداماتی را انجام می دهد.

این در حالی است که در دنیا از تکنولوژی برای ارائه خدمات و مشتری مداری استفاده می کنند که متأسفانه در میهن عزیز ما هنوز آنطور که باید و شاید، شناخته شده نیست و آن سیستم های هوشمند چند منظوره مبتنی بر کارت است، که باعث شده در هزینه های زمانی و سرمایه های نقدی صرفه جوئی شود. همچنین امنیت بیشتری را به همراه داشته باشد و با هدف یکپارچه سازی، تسهیل، تسریع امور پرداخت و ارائه خدمات برای اعضا و پرسنل همانند یک کیف پول و یا یک کارت شناسائی استفاده کرد.

- کارت امتیازی و تخفیف:

زیر سیستم امتیازی:

- تحلیلگران و طراحان کاسیان کارت با آنالیز روش های سنتی، کشف مشکلات و معضلات و چاره اندیشی برای حل آنها به نتایج نوینی رسیدند که با تطبیق آن بر نیاز های داخلی و هم سنجی با روش های جهانی، مدل خاصی را طرح ریزی نمودند.
- برخی معایب در روش های تخفیفی قبل عبارت است از:
- چانه زنی برای همه یکسان نیست و برخی ها توان چانه زنی بالا و برخی اصلاً توان چانه زنی ندارند که این مسئله مشتریان را نا خود آگاه در مقام مقایسه با هم قرار میدهند و اکثریت مشتریان را ناراضی میکند.
 - اطلاعات مشتری که مهم ترین فاکتور اطلاعاتی است ثبت نمی شود و بانک اطلاعاتی نداریم
 - مشتری تخفیف را در لحظه خرید دریافت می کند و هیچ الزامی برای بازگشت مجدد و خرید دوباره ندارد.
 - در صورت اینکه مشتری برای خرید دوباره بازنگردد ما زمان و پول خود را بی مورد از دست داده ایم.
 - امکان دارد مشتری با استفاده از پول به دست آمده از تخفیف از رقبای ما خرید کند.
 - مشتری احساس میکند که قیمت کالا یا خدمت خریداری شده واقعی نبوده و اعتماد کاملی نسبت به ما پیدا نمیکند.
 - وجهه و صلابت کار ما تحت تاثیر مشتریان گوناگون قرار میگیرد.
 - راهکار ضعیفی برای وفاداری و توجه مشتری نسبت به ما.

راه کار اندیشه شده قبلی:

ارائه کارت های قرعه کشی درازای مبالغ خرید معین برای شرکت در قرعه کشی های دوره ای بوده است که این راهکار علاوه بر ناکافی بودن مشکلات دیگری هم به همراه دارد از جمله اینکه:

- اکثر مشتریان احساس میکنند اگر برنده نشوند زیان کرده اند.
- اکثر مشتریان به سوی این باور می روند که حتماً در قرعه کشی ها منافع اطرافیان فروشندگان در نظر گرفته می شود و قرعه کشی به صورت صحیحی انجام نمی شود.



برخی فروشندگان کارت های قرعه کشی را داوطلبانه به مشتری اهدا نمیکنند و منتظر این می مانند که مشتری آن را طلب کن چرا که در اندیشه ی آنان، اهدای برگه های قرعه کشی فقط ترفندی برای جذب مشتری است و دادن آن به زیان فروشگاه است! و شاید مشتری روی مطالبه کردن برگه را نداشته باشد و اینچنین فروشگاه به سود بیشتری برسد که البته این گونه اندیشیدن کاملاً غلط و مخرب است.

ما مدلی از سیستم امتیاز دهی را طراحی کرده ایم که سیستم و نظر سنتی را با حذف مشکلات و تهدید ها، به صورت الکترونیکی تامین می کند. مشتری بر اساس تخفیفی که شما می دهید تخفیف میگیرد اما اینگونه که بجای کاهش پرداختی که موجب زیان فروشگاه است و از اعتبار ما میکاهد، امتیاز دریافت میکند و در صورت مراجعه ی بعدی از آن برای خرید های بعدی بهره خواهد برد

▪ اگر مشتری برای خرید مجدد بازنگردد، ما مبلغ و انرژی خویش را از دست نداده ایم.

▪ واژه ی منفی تخفیف که اثرات مخرب بر شمره شده در بالا را به همراه داشت جای خود را با امتیاز میدهد.

▪ به جای اینکه مشتری تلاش کند که تخفیف را از ما بگیرد که هم از او و هم از ما انرژی و زمان میگیرد و برای افراد متفاوت ، اندازه ی های مختلف دارد، ما بدون اینکه مشتریان نیاز تلاش برای دریافت تخفیفی بکنند، امتیاز را برای همه به نسبت جدول ارزش خریدمان هدیه میدهیم.

▪ از هزینه کرد بخشی از دریافتی ما - که به عنوان تخفیف به مشتری می دهیم - نزد رقبا محترمانه جلوگیری می شود.

▪ تخفیف را در روشی عادلانه و به نسبت جدول خرید به همه با هر شرایط شخصیتی، فیزیکی و روحی اعطا میکنیم.

▪ میتوانیم امتیازات را فقط برای هزینه کرد در فروشگاه خودمان یا فروشگاه هایی که با آنها قرارداد همکاری و سودآوری مشترک داریم هدایت کنیم.

▪ اعتماد مشتری نسبت به اینکه همیشه از امتیازات محافظت می شود، بالا می رود.

▪ در سیستم های قبلی (خواه سنتی ،خواه بانکی و خواه کارتی) همیشه تعدادی برنده وجود داشته و باقی بازنده ی قرعه کشی می شدند ولی در سوئیچ کاسیان این قابلیت وجود دارد که کسانی که برنده ی قرعه کشی نمی باشند، امتیازات خود را به اعتبار تبدیل کنند و از آن برای خرید در فروشگاه ما یا فروشگاه های طرف قراردادی که ما مشخص میکنیم خرید کنند. البته این قابلیت با سیاستگذاری و دستور تصمیم گیرندگان، مجوز اجرا خواهد گرفت.

▪ در روش امتیازی کاسیان تفاوت بین کسانی که کمتر از فروشگاه ما خرید میکنند با آنها که بیشتر از ما خرید میکنند کاملاً مشخص و رعایت می شود و هرچه مشتری وفادار تر باشد از مزایای بیشتری بهره مند خواهد شد.

▪ در سیستم امتیازی سوئیچ کاسیان این امکان وجود دارد که برای صندوق ها و پایانه های خرید متفاوت، جداول متفاوت ارزش خرید تعریف کرد و نسبت به آن جدول خرید و پایانه ی خرید بخصوص امتیاز اهدا کرد.

▪ به دلیل نگهداری الکترونیکی امتیازات می توان از آنها برای قرعه کشی های متعدد استفاده کرد و یا این انتخاب را داشت که به جای بهره مندی از امتیازات قرعه کشی با ضریبی که مدیریت تصمیم میگیرد (از صفر تا هر عدد دلخواه بر اساس محاسبات و تاییدیه های مالی و مدیریت) آن را تبدیل به اعتبار کرد نمود.

▪ امکان استفاده از طرح های ترکیبی زمانی و پایانه ای می توان بهره برد . بدین معنا که در محدوده زمانی خاصی مثلاً به عنوان جشنواره یا نوروز یا دهه فجر یا هر مناسبت دیگر تنظیمات به جدول خاص آن دوره ی زمانی تبدیل می شود و پس از اتمام دوره به صورت خودکار به تنظیمات اولیه باز میگردد. کلیه این جداول می توانند بر اساس پایانه های پرداخت گوناگون، متفاوت باشد.



▪ امتیازات مختلف قابل مدیریت بر روی فروشگاه ها و پایانه های فروش هستند به این معنا که می توان امتیازات و تخفیف ها را در فروشگاه خاص یا POS های خاص تعریف یا قفل کرد.

نحوه امتیاز دهی :

این قابلیت به اینگونه است که عضومی تواند به ازای هر خریدی که انجام می دهد (که تسویه می تواند بصورت نقدی یا غیر نقدی باشد) درصدی از خرید ، به آنها امتیاز داده می شود . این امتیاز می تواند هم بصورت تخفیف باشد و به کارت آنها باز گردانده شود و هم می تواند بصورت امتیاز عددی بوده و در سطوح متفاوت در حساب آن منظور گردد . به عنوان مثال اگر شخصی ۵۰.۰۰۰ تومان خرید نماید و فروشگاه ۵ درصد تخفیف یا امتیاز به عضو بدهد بعد از خرید در روش اول یعنی برگشت به کارت ، ۵ درصد تخفیف (یعنی ۲۵۰۰ تومان) از خرید به کارت وی برگردانده می شود و هوادار می تواند دوباره خرید نماید . اما در روش دوم یعنی امتیاز عددی به ازای ۵۰.۰۰۰ تومان خرید ۵ امتیاز دریافت می کند که در حساب او منظور می گردد ، در این روش امتیازات عضو جمع شده و با صلاحدید صادرکننده این امتیاز می تواند به جای خرید ، فقط در جاهای خاص قابل استفاده باشد مثلاً زمانی که امتیازاتش رسید به ۵۰ ، یک هدیه می گیرد ویا درقرعه کشی شرکت داده می شود.

- متصل به سوئیچ اعتباری (عضو گروه کارتهای اعتباری کاسیان) :

کارت اعتباری :

- ۱- امکان ایجاد و تعریف اعتبارات متفاوت بر روی یک کارت به سفارش درخواست کننده. و محدودیت جهت خرج و یا عدم خرج نمودن آنها در مکانهای مشخص
- ۲- فعال سازی و ایجاد حساب در سرورهای اعتباری سرویس دهنده.
- ۳- صدور و چاپ کد شخصی (pin)
- ۴- قابلیت بن کارت و حذف برگه های کاغذی
- ۵- قابلیت شارژ اعتبار مساعده خرید تاسقف حقوق براساس تاییدیه امورمالی و ایجاد قدرت خرید برای پرسنل بدون داشتن وجه نقد
- ۶- زیر سیستم تقسیط و پرداخت وامهای خرید برای پرسنل مانند وام خرید جهیزیه، لوازم خانگی و داندانپزشکی و... بصورت اعتباری و حذف معرفی نامه های کاغذی
- ۷- ایجاد پایگاههای خدماتی، کالایی، رفاهی و حتی نیازمندی های روزانه ، و هدایت اعتبارات اعضا برای هزینه کرد در این مراکز
- ۸- تخصیص اعتبارات و تسهیلات گوناگون
- ۹- امکان انعقاد قرارداد هایی با مراکز تفریحی، گردش، کالا و ...
- ۱۰- قابلیت اعتبار عددی و صدور کوپن به جای اعتبار نقدی :
- ۱۱- قابلیت سهام و سود سهام

- متصل به سوئیچ بانکی (عضو شبکه بانکی کشور) :



کارت بانکی:

- ۱- امکان ایجاد و فعال سازی حساب متصل به شبکه شتاب کشور با طرح و لوگوی مورد نظر درخواست کننده
- ۲- شارژ اعتبار کارت توسط سیستم بانکی شتاب

- قابلیت خدمات اینترنتی برای اعضا:

- ۱- تشکیل پنل اختصاصی مدیریت اطلاعات مشتریان بر روی اینترنت
 - ۲- کنترل و مانیتورینگ کلیه عملیات صورت گرفته توسط دارنده کارت بر روی اینترنت امکان انتقال اعتبار از kartی به کارت دیگر (در صورت موافقت شما)
- خدمات اس ام اس:
- ۱- امکان استفاده از سرویس SMS در صورتی که درخواست کننده مقدمات آن را فراهم آورد.

- قابلیت تبدیل شدن به کارت پدر (خانواده)

- قابلیت صدور کارت هدیه
- قرار گرفتن تحت پوشش بیمه ای
- قابلیت ایجاد و یا توسعه ی شبکه ی فروشگاههای
- نرم افزار مرکزی و مدیریتی سیستم:

- ۱- ارائه نرم افزار مدیریتی برای نظارت و کنترل تمامی کارتهای صادر شده و فروشگاههای طرف قرارداد
- ۲- تهیه گزارش های دوره ای آماری از گردش های مالی اعتبارات/تخفیفات و حذف صورتحسابهای کاغذی
- ۳- ایجاد اطلاعات اختصاصی از مراجعین با قابلیت های:
 - تفکیک سنی/جنسیتی/قدرت خرید/تحصیلاتی و ... مشتریان
 - تبلیغات و اطلاع رسانی متمرکز و هدفمند برای اعضا
 - گزارشهای مختلف از خریدهها با توجه به مبالغ ثبت شده در سیستم و مراکز و حذف صورتحسابهای کاغذی و جلوگیری از خطاهای رایج صورتحسابی

۴- تخصیص جوایز بر اساس میزان عملکرد و یا قرعه کشی اتفاقی در میان اعضا

۵- طبقه بندی های مختلف

۶- قابلیت شارژ حساب اعتباری بصورت غیر نقدی:

گزیده ای از قابلیت های نرم افزار مدیریت:

- فعال سازی کارتها .
- قفل کردن و تعلیق کارت .
- اصلاح مشخصات .
- شارژ و انتقال اعتبار و ابطال انتقال .
- صورتحساب کارت بصورت انفرادی و گروهی .



KASIAN CARD

شرکت فاوا تجارت کاسیان

تاریخ:

شماره:

پیوست:

- خرید اعتباری و ابطال خرید .
- گزارشات متنوع کارت و فروشگاه :
- ۱- لیست اعضا و اعتبارات اعضا
- ۲- کارتهای بدهکار/بستانکار
- ۳- کارتهای تعلیقی
- ۴- صورتحساب کارتها و فروشگاههای خاص بصورت انفرادی / گروهی
- ۵- گزارش کارمزد اعتبارات در فروشگاهها بصورت تفکیکی
- ۶- گزارش کارتهای وابسته
- ۷- گزارش تراکنش های ناموفق با ذکر علت
- ۸- گزارش ورود و خروج اعضا در دفاتر کاری خود
- ۹- گزارش خرید اعضا از فروشگاهها
- ۱۰- گزارش پرداخت ها به فروشگاهها
- و ده ها مورد گزارش مفید دیگر ...

با تشکر

گروه کارتهای اعتباری کاسیان

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.