



ELEKTRONSKO POSLOVANJE

školska 2024/2025 godina

Vežba 12: Lojalti programi i kuponi

Šta su lojalti programi?

Lojalti programi (engl. *Loyalty programs*) predstavljaju marketinške strategije koje nagrađuju verne i posvećene kupce s ciljem da se podstakne ponovna kupovina, poveća prosečna vrednost porudžbine i izgradi emotivna veza sa brendom. Osnovna ideja ovih programa je jednostavna – što više kupujete, više dobijate. Nagrade se mogu realizovati kroz sistem skupljanja poena, popuste, ekskluzivne ponude, besplatne proizvode ili pristup posebnim događajima.

U okviru WooCommerce e-prodavnica, lojalti programi se realizuju kroz:

- Prikupljanje poena pri svakoj kupovini
- Dodeljivanje kupona sa popustima
- Ekskluzivne nagrade za registrovane članove
- Personalizovane ponude na osnovu istorije kupovine

Primer:

Kupac koji naruči više puta dobija poene koje može da iskoristi za popust. Nakon 5. kupovine, sistem automatski dodeljuje kupon za -10% popusta. Ovo motiviše kupca da se vrati i ponovo kupi.

Zašto su lojalti programi važni?

-  **Zadržavanje kupaca:** Jeftinije je zadržati postojeće kupce nego privući nove.
-  **Povećanje prodaje:** Kupci koji dobijaju nagrade troše više.
-  **Pozitivni utisci:** Zadovoljan kupac deli svoje iskustvo sa drugima.
-  **Stvaranje zajednice:** Programi nagrađivanja često stvaraju osećaj pripadnosti.

Dodaci za lojalni programe

Da bi lojalni programi bili efikasni u e-prodavnici, potrebno je koristiti dodatke (pluginove) koji omogućavaju automatsko nagrađivanje korisnika, kreiranje kupona i prikupljanje podataka za buduće kampanje. U nastavku su tri najčešće korišćena dodatka sa kratkim opisima njihovih mogućnosti.

1. WooCommerce Points and Rewards

Ovaj dodatak omogućava prodavcima da postave sistem poena koje kupci dobijaju prilikom svake kupovine, a koje kasnije mogu iskoristiti za popuste. Na taj način se podstiče redovna kupovina i povećava angažovanost.

Ključne funkcionalnosti:

- Automatsku dodelu poena na osnovu iznosa porudžbine (npr. 1 poen na 100 RSD)
- Mogućnost korišćenja poena prilikom plaćanja – direktno u korpi
- Ručna dodela poena od strane administratora (npr. kao nagrada za lojalnost ili rešavanje reklamacije)

Primer:

Kupac koji skupi 500 poena može dobiti popust od 500 RSD pri sledećoj kupovini, što ga motiviše da se vrati i poruči ponovo.

2. Advanced Coupons

Napredni alat za upravljanje kuponima koji znatno proširuje osnovne mogućnosti WooCommerce sistema. Idealan je za vođenje marketinških kampanja i povećanje prodaje putem specifičnih promocija.

Mogućnosti uključuju:

- Kreiranje kupona za popuste u procentima ili u fiksnim iznosima (npr. 500 RSD)
- Akcije kao što su „Kupi jedan, drugi -50%“ ili „Besplatna dostava uz određeni iznos“
- Postavljanje automatskih kupona koji se primenjuju na određene proizvode ili kategorije bez potrebe da korisnik unosi kod

Primer:

Kupon „ZIMA2025“ se automatski aktivira i daje 15% popusta na sve proizvode iz kategorije „Zimska kolekcija“.

3. Coupon Box for WooCommerce

Ovaj dodatak povezuje dobijanje kupona sa prikupljanjem email adresa, čime kombinuje lojalni program sa email marketing strategijom.

Prednosti:

- Kada korisnik unese svoj email na sajtu, automatski dobija kupon (npr. 10% popusta na prvu kupovinu)
- Olakšava izgradnju baze potencijalnih kupaca za buduće kampanje
- Povećava stopu konverzije kod novih posetilaca

Primer:

Korisnik dolazi na sajt i vidi pop-up prozor koji nudi 10% popusta u zamenu za email adresu. Nakon unosa emaila, automatski dobija kupon koji može odmah iskoristiti.

Analiza i merenje uspešnosti lojalni programa

Bez praćenja rezultata, ne možete znati da li vam program zaista koristi. Evo nekoliko metrika koje treba pratiti:

Metrika	Opis
 Broj povratnih kupaca	Koliki procenat kupaca se vraća
 Prosečna vrednost porudžbine	Poređenje vrednosti porudžbina kod lojalnih kupaca
 Iskorišćenost kupona	Koliko kupona je aktivirano u odnosu na broj poslatih
 Otvorenost emailova sa kuponima	Pokazatelj relevantnosti ponuda
 Konverzija korisnika sa poenima	Da li korisnici zaista koriste nagrade
 Stopa odustajanja od korpe kod lojalnih kupaca	Da li lojalni korisnici lakše završavaju kupovinu

Primer analize:

U martu ste imali 1200 porudžbina, od čega je 480 došlo od korisnika koji su prethodno kupovali. To je **40% povratnih kupaca**. Ako je prosečna porudžbina tih korisnika bila 3000 RSD, a prosečna vrednost kod novih 2400 RSD – vaš lojalni program daje rezultat!

Saveti za dizajniranje uspešnog lojalni programa

- **Jasna pravila:** Kupci treba da znaju tačno šta dobijaju i kada.
 - **Vidljivost:** Istaknite lojalni program na početnoj strani, stranici proizvoda i korpi.
 - **Automatizacija:** Iskoristite alate za automatsku dodelu poena i slanje kupona.
 - **Personalizacija:** Na osnovu prethodne kupovine, šaljite relevantne nagrade.
 - **Ograničeno trajanje kupona:** Podstiče brzu akciju.
 - **Mobilna optimizacija:** Korisnici često kupuju putem telefona, lojalni ponude treba da budu dostupne i tamo.
-

II. Praktični deo

1. Instalacija i korišćenje dodatka „Points and Rewards“

Ovaj dodatak omogućava da korisnici skupljaju poene za svaku kupovinu i potom te poene zamene za popuste prilikom sledećih porudžbina.

Koraci:

1. U WordPress administratorskoj kontrolnoj tabli, idite na **Plugins → Add New**.
2. U polje za pretragu unesite: **WooCommerce Points and Rewards**.
3. Kliknite na **Install Now**, a zatim na **Activate**.
4. Nakon aktivacije, u meniju idite na **WooCommerce → Points & Rewards**.
5. U okviru podešavanja možete definisati sledeće:
 - Koliko **poena korisnik dobija** po potrošenom iznosu.
 - Koliko **poena je potrebno da se dobije 1 RSD popusta**.
 - Maksimalan broj poena koji korisnik može iskoristiti po jednoj porudžbini.
 - Ručna dodela poena određenim korisnicima (npr. kao gest lojalnosti).
6. Na stranici za uređivanje proizvoda možete podesiti dodatne poene koje korisnik dobija kupovinom tog proizvoda.

Test primer:

Dodajte jedan proizvod u korpu. Završite kupovinu i proverite da li je korisnik dobio poene. Zatim simulirajte novu kupovinu i testirajte da li korisnik može iskoristiti svoje poene za popust.

2. Kreiranje kupona pomoću „Advanced Coupons“

Ovaj dodatak omogućava napredne opcije za rad sa kuponima – od jednostavnih popusta do složenih promocija koje se automatski aktiviraju. Pruža veću fleksibilnost u kreiranju marketinških kampanja, kao i mogućnost kombinovanja različitih uslova i benefita kako bi se privukli i zadržali kupci.

Koraci:

1. Instalirajte dodatak **Advanced Coupons for WooCommerce Free**.
2. Nakon aktivacije, idite na **Marketing → Coupons → Add New**.
3. Postavite sledeće parametre za kupon:
 - **Tip popusta:** npr. *Fixed cart discount* (fiksni iznos kao 500 RSD), *Percentage discount* (10%), ili *Free shipping*.
 - **Minimalni iznos porudžbine:** npr. 3000 RSD, ispod kog kupon ne važi.
 - **Ograničenja:** kategorije ili proizvodi na koje se kupon primenjuje.
 - **Datum isteka** i broj puta kada se kupon može iskoristiti.

Primer kupona:

- **Kod:** JESEN2025
- **Popust:** 10%
- **Vazi do:** 01.12.2025.
- **Primena:** Na sve proizvode iz kategorije „Jesenja kolekcija“

Ili

Zahvaljujemo vam na poverenju! Kao znak pažnje, poklanjamo vam **10% popusta** na sve proizvode iz naše *Letnje kolekcije*.

Dodajte željene artikle u korpu i iskoristite kupon kod: **LETO2025**

 **Požurite – ponuda važi do 01.07.2025!**

Vežba:

Kreirajte tri kupona:

- Jedan sa **procentualnim popustom** (npr. 15%)
- Jedan za **besplatnu isporuku**
- Jedan koji se **automatski aktivira** ako korisnik u korpi ima određeni proizvod (npr. "čizme")

3. Kuponi za prikupljanje email adresa pomoću „Coupon Box“

Ovaj dodatak pomaže u izgradnji email liste i povećanju angažovanosti korisnika kroz pristup „kupon za email“. Idealan je za konverziju posetilaca u potencijalne kupce i za kasniju promociju proizvoda putem email kampanja.

Koraci:

1. Instalirajte dodatak **Coupon Box for WooCommerce**.
2. Nakon aktivacije, idite na **WooCommerce → Coupon Box** (ili kroz podešavanja u meniju).
3. Podesite:
 - **Tekst koji se prikazuje u pop-up prozoru** (npr. „Prijavi se i ostvari 10% popusta na ceo asortiman iz prodavnice“)
 - **Boje, položaj i dizajn** pop-upa kako bi se uklopio sa dizajnom sajta
 - **Kupon kod** koji će korisnici dobiti nakon unosa email adrese

Test primer

1. Posetite početnu stranicu kao neregistrovani korisnik.
2. Pop-up će se pojaviti sa porukom: „Unesite email i dobijate kupon za 10% popusta“.
3. Nakon što unesete email adresu, automatski se generiše kupon i šalje korisniku putem emaila.

Napomena

Ovaj dodatak je odličan za email marketing jer omogućava prikupljanje relevantnih kontakata od ljudi koji su već pokazali interesovanje za proizvode. Prikupljene email adrese možete kasnije koristiti za slanje promotivnih ponuda, podsetnika o napuštenoj korpi ili najavu novih kolekcija.

Takođe, pop-up se može dodatno personalizovati i vremenski tempirati (npr. prikazati nakon 10 sekundi ili pri pokušaju izlaska sa stranice).