

ΕΠΙΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΖΩΤΙΚΗΣ ΣΗΜΑΣΙΑΣ (100% ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΜΕΝΟ)

MANAGING DIGITAL LOYALTY PROGRAMMES

13 & 14/ 06/ 2023 – Κτήριο «ΚΕΒΕ», Λευκωσία



Το εκπαιδευτικό πρόγραμμα «Διαχείριση Ψηφιακών Προγραμμάτων Αφοσίωσης» (Managing Digital Loyalty Programmes) θα προσφέρει δυνατότητα κατάρτισης στις κυπριακές επιχειρήσεις/οργανισμούς σε σχέση με την αποτελεσματική δόμηση και διαχείριση προγραμμάτων αφοσίωσης πελατών (Customer Loyalty Programmes), τα οποία οδηγούν σε βελτιωμένα αποτελέσματα πωλήσεων. Το εν λόγω σεμινάριο θα επικεντρωθεί τόσο στην στρατηγική όσο και στην τεχνολογία της διαχείρισης ενός προγράμματος αφοσίωσης.

Ολοκληρώνοντας το πρόγραμμα οι συμμετέχοντες θα μπορέσουν να αναπτύξουν ένα δυναμικό μοντέλο Διαχείρισης Ψηφιακών Προγραμμάτων Αφοσίωσης που θα τους επιτρέψει αφού εκτιμήσουν την παρούσα κατάσταση της επιχείρησής τους, να προχωρήσουν στην επιλογή των κατάλληλων εφαρμογών που θα οδηγήσουν την επιχείρηση σε βελτιωμένα αποτελέσματα πωλήσεων. Αυτό θα επιτευχθεί μέσω της μετατροπής των πελατών τους σε επαναλαμβανόμενους αγοραστές.

ΣΤΟΧΟΣ ΣΕΜΙΝΑΡΙΟΥ

Ο βασικός σκοπός του προγράμματος είναι να βοηθήσει τις επιχειρήσεις/οργανισμούς να εφαρμόσουν ένα στρατηγικό και δομημένο πλαίσιο «Διαχείρισης Ψηφιακών Προγραμμάτων Αφοσίωσης». Στο σεμινάριο θα παρουσιαστούν και θα επεξηγηθούν με πρακτικό τρόπο οι πιο πρόσφατες τεχνολογικές εξελίξεις και εφαρμογές που αλλάζουν το τρόπο με τον οποίο οι καταναλωτές αλληλοεπιδρούν με τις επιχειρήσεις. Η μετατροπή πελατών σε πιστούς αγοραστές είναι μία πρόκληση για τις επιχειρήσεις που μπορεί να επιτευχθεί με τις κατάλληλες πρωτοβουλίες και ενέργειες. Δεν απαιτείται τεχνικό υπόβαθρο για τους συμμετέχοντες για αυτό το σεμινάριο.

Με την ολοκλήρωση του προγράμματος οι καταρτιζόμενοι θα είναι σε θέση, μεταξύ άλλων, να:

- περιγράφουν και απαριθμούν τα 7 στάδια διαχείρισης προγραμμάτων Ψηφιακής Αφοσίωσης: Strategic Analysis, Customer Experience, Loyalty Incentive Design, Technology Selection, Loyalty Programme Structuring, Loyalty Campaigns, Evaluation & Monitoring.
- επιμετρούν την απόδοση της επιχείρησης λαμβάνοντας υπόψη: τα αποτελέσματα πωλήσεων, των καναλιών πωλήσεων, διατήρηση πελατών, την απόδοση της επένδυσης μάρκετινγκ.
- περιγράφουν, αναλύουν και παρακολουθούν την δραστηριότητα πωλήσεων πελατών λαμβάνοντας υπόψη μια σειρά μεταβλητών και μετρήσεων όπως την ανταπόκριση σε καμπάνιες προώθησης, αλλαγών στις τιμές, κινήτρων, εποχιακή μεταβλητότητα και άλλα.
- επιμετρούν, παρακολουθούν και προβαίνουν σε συνεχείς βελτιώσεις των κινήτρων και καναλιών επικοινωνίας που έχουν σχεδιαστεί για την προώθηση της αφοσίωσης των πελατών με την χρήση της ψηφιακής πλατφόρμας.
- αναπτύσσουν επιχειρηματική στρατηγική με έμφαση στη στρατηγική μάρκετινγκ και πωλήσεων, διαχείριση σχέσεων με πελάτες, ανάλυση πωλήσεων πελατών, αφοσίωση πελατών (customer loyalty) καθώς και διάφορες άλλες τεχνικές που σχετίζονται με αυτό.
- αναπτύσσουν προγράμματα αφοσίωσης πελατών και μεταφορά αυτών στο διαδίκτυο χρησιμοποιώντας ψηφιακές πλατφόρμες.
- σχεδιάζουν κίνητρα με βάση πολλαπλές προτεραιότητες, πχ ανάκτηση χαμένων λογαριασμών, επιβράβευσης πιστών πελατών κ.ά.
- οργανώνουν και βελτιώνουν τις ικανότητες εξυπηρέτησης πελατών, επικοινωνίας, μάρκετινγκ και πωλήσεων.

VITAL IMPORTANCE TRAINING PROGRAMME (100% SUBSIDIZED BY THE HRDA)

Πληροφορίες και κόστος

Ημερομηνίες Διεξαγωγής: Τρίτη **13/06/2023** και Τετάρτη **14/06/2023**

Χώρος Διεξαγωγής: Κτήριο «ΚΕΒΕ», Λευκωσία

Διάρκεια Ιδρυματικού Μέρους: 14 ώρες και θα διεξαχθεί σε 2 ημέρες

Διάρκεια Ενδοεπιχειρησιακού Μέρους: Επίσκεψη του εκπαιδευτή διάρκειας επτά (7) ωρών σε κάθε συμμετέχουσα εταιρεία, για εξειδικευμένη επί τόπου μελέτη και συζήτηση των εφαρμογών που θα πρέπει να λάβουν χώρα στη συγκεκριμένη επιχείρηση σε σχέση με το αντικείμενο του προγράμματος.

Γλώσσα Διδασκαλίας: Το πρόγραμμα θα διεξαχθεί στην Αγγλική γλώσσα, όμως συζητήσεις και παρεμβάσεις μπορούν να γίνουν και στην Ελληνική γλώσσα.

Κόστος Συμμετοχής μετά την επιχορήγηση: **€339.15** (μόνο το Φ.Π.Α ανά συμμετέχοντα)

Κόστος προγράμματος: €1785 + €339.15 Φ.Π.Α. 100% Επιχορήγηση από ΑνΑΔ → €1785

Το πρόγραμμα έχει εγκριθεί από την Αρχή Ανάπτυξης Ανθρώπινου Δυναμικού ως πρόγραμμα ζωτικής σημασίας. **Το πρόγραμμα επιχορηγείται εξ' ολοκλήρου από την ΑνΑΔ και ως εκ τούτου δεν υπάρχει οποιαδήποτε οικονομική επιβάρυνση για τις επιχειρήσεις / οργανισμούς, εξαιρουμένου του Φ.Π.Α. (€339.15).** Να σημειωθεί ότι και το Φ.Π.Α. επιστρέφεται στις εταιρείες και δεν αποτελεί κόστος για τις επιχειρήσεις.

Το πρόγραμμα εγκρίθηκε από την ΑνΑΔ ως Ζωτικής Σημασίας. Οι επιχειρήσεις/οργανισμοί που συμμετέχουν με εργοδοτούμενους τους, οι οποίοι ικανοποιούν τις προϋποθέσεις της ΑνΑΔ, θα τύχουν της σχετικής επιχορήγησης.



Περιγραφή Υποψηφίων

Το πρόγραμμα απευθύνεται σε **Ιδιοκτήτες, Γενικούς Διευθυντές, Διευθυντές και Υποδιευθυντές Τμημάτων και γενικά σε Ανώτερο και Επιστημονικό προσωπικό επιχειρήσεων και οργανισμών που έχουν υπεύθυνη θέση αναφορικά με τις πωλήσεις, την εξυπηρέτηση των πελατών, το Μάρκετινγκ και γενικά το στρατηγικό σχεδιασμό.**

Εκπαιδευτής



Το Επιμορφωτικό πρόγραμμα θα διδάξει ο ξένος εμπειρογνώμονας κ. **Philip Ammerman**.

VITAL IMPORTANCE TRAINING PROGRAMME (100% SUBSIDIZED BY THE HRDA)**Δηλώσεις Συμμετοχής**

Οι ενδιαφερόμενοι παρακαλούνται όπως συμπληρώσουν **ηλεκτρονικά** τη σχετική δήλωση συμμετοχής πατώντας **ΕΔΩ** **το αργότερο μέχρι την Τρίτη 6 Ιουνίου 2023.**

Σημαντικό: Πέραν της ηλεκτρονικής δήλωσης συμμετοχής που θα συμπληρώσετε για το ΚΕΒΕ, για να θεωρείται έγκυρη η εγγραφή σας αλλά και για να μπορείτε να παρακολουθήσετε το σεμινάριο, **περίπου μια εβδομάδα πριν** την ημερομηνία διεξαγωγής του σεμιναρίου, θα αποσταλούν στις συμμετέχουσες εταιρείες περισσότερες πληροφορίες καθώς και ο **αριθμός εφαρμογής** του προγράμματος τον οποίο θα χρησιμοποιείτε για να κάνετε την εγγραφή σας στο σεμινάριο και μέσω της ψηφιακής πλατφόρμας «ΕΡΜΗΣ».

Για περισσότερες πληροφορίες ή διευκρινίσεις μπορείτε να επικοινωνείτε με την κα. Ζωή Πιερίδου, Λειτουργό ΚΕΒΕ, στα τηλ. 22889746/ 22889715, email: z.pieridou@ccci.org.cy.

Με εκτίμηση,
Χρίστος Ταντελής
Ανώτερος Λειτουργός ΚΕΒΕ

ΓΕΝΙΚΗ ΣΗΜΕΙΩΣΗ: Οι επιχειρήσεις /οργανισμοί που επιθυμούν να συμμετέχουν σε επιμορφωτικά προγράμματα επιχορηγημένα από την ΑνΑΔ, εάν δεν το έχουν ήδη κάνει, θα πρέπει **απαραιτήτως** να προχωρήσουν **άμεσα** με την **εγγραφή τους στη ψηφιακή πλατφόρμα «ΕΡΜΗΣ»** (<https://ermis.anad.org.cy/>):

1. Εγγραφή υποψηφίων για συμμετοχή στο μητρώο της ΑνΑΔ ως φυσικά πρόσωπα.
2. Εγγραφή εταιρείας στο μητρώο της ΑνΑΔ ως νομικό πρόσωπο.
3. Υποβολή αιτήματος εταιρείας για την απόκτηση του ρόλου «Εργοδότης».
4. Σύνδεση υποψηφίων για συμμετοχή με τον εργοδότη τους, με κωδικό εξουσιοδότησης που τους παρέχει ο εργοδότης.

Η πιο πάνω διαδικασία εγγραφής της επιχείρησης/οργανισμού ως Νομικό πρόσωπο, καθώς και των Φυσικών προσώπων στον «ΕΡΜΗΣ» γίνεται **μόνο μια φορά.**

Για περισσότερες πληροφορίες / διευκρινίσεις μπορείτε απευθυνθείτε στο αρμόδιο τμήμα της ΑνΑΔ, τηλ. 22390300 (ext.2).

Τρόποι Πληρωμής

1. Με Επιταγή στο όνομα του ΚΕΒΕ

2. Κατάθεση στους πιο κάτω λογαριασμούς:

ΤΡΑΠΕΖΑ ΚΥΠΡΟΥΑΡ. ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ: **0194-12-006537**IBAN NO.: **CY 16 0020 0194 000 000 12 0065****3700**BIC: **BCYPCY2N****ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ**ΑΡ. ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ: **121-01-013924-01**IBAN NO.: **CY25005001210001210101392401**BIC: **HEBACY2N**

3. Μέσω της Υπηρεσίας **JCC SMART** πατώντας στον σύνδεσμο: <https://www.jccsmart.com/e-bill/32522039>

Η πληρωμή με μετρητά **δεν γίνεται αποδεκτή, σύμφωνα με τους κανονισμούς της ΑνΑΔ.*

VITAL IMPORTANCE TRAINING PROGRAMME (100% SUBSIDIZED BY THE HRDA)**ΑΝΑΛΥΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ****ΤΡΙΤΗ 13/06/2023 (Ημέρα 1^η)**

08:30 – 08:45 Registration

08:45 – 10:00 Understanding Digital Loyalty Programmes

This module introduces the concept of digital loyalty programmes in terms of technology, deployment, and results.

- Core concept of digital loyalty programmes
- How technology has changed over time
- Review of successful programmes

First Workshop: Vision for Digital Loyalty

Each company will brainstorm to see how they would like to position themselves and their digital loyalty programme.

10:00 – 10:45 Part 1: Strategic Analysis

This module introduces the concept of strategic analysis as a precursor for developing digital loyalty programmes. The concepts that will be covered include:

- Corporate profitability models: How is profit generated?
- Corporate sales models: Physical versus online Points of Sale
- Competitors and differentiation
- Customer Behaviour: B2B, B2C, B2B2C, P2P, etc.
- Post-COVID and Inflationary Impacts on Sales and Profitability

10:45 – 11:00 Morning Coffee Break

11:00 – 13:00 Part 2: Customer Experience

This module looks at customer experience and customer motivation. It introduces quantitative and qualitative methods of assessing customer behaviour, and will cover B2B customers and B2C consumers.

- Customer Psychology and Consumer Behaviour
- Sales Analysis Methods
- Offline Customer Experience
- Online Customer Experience
- Integrating Digital Loyalty Measurement into Customer Experience
- Key Types of Loyalty Campaigns: Account Regeneration; Account Reward; Differentiation; Sales Steering; Store Visits; Purchase Incentives; Purchase Frequency.

Second Workshop: Developing Digital Loyalty Strategies

Each company will be asked to prioritise which of the key types of loyalty campaigns it will implement in the next 2 months. This in turn informs the work during the company visit.

13:00 – 13:45 Lunch Break

13:45 – 15:30 Part 3: Incentive Design

VITAL IMPORTANCE TRAINING PROGRAMME (100% SUBSIDIZED BY THE HRDA)

This module looks at what kinds of incentives are truly useful. It also introduces methods of measuring the perceived versus cash cost of different incentive types.

- Review of different categories of incentives
- Examples of each category
- Calculating the cash and non-cash costs of incentives
- Profit / loss analysis of each category
- Black-out periods and other qualifiers
- Campaign budgeting for incentives
- Return on investment (ROI) of incentives
- Customer purchase behaviour and likely incentive response
- Staffing, fulfilment and delivery requirements for each incentive

15:30 – 15:45 Afternoon Coffee Break

15:45-17:00 Third Workshop: Incentive Selection and Design.

Each company will revise their vision for incentives in light of the specific budgeting and campaign methodology introduced. Each company will be asked to select 1-2 incentives for each campaign type:

- Account regeneration
- Rewarding top clients
- New product launches
- Stock movement
- Increasing store visits, frequency and average order value (AOV)
- Increasing website visits, frequency and average order value (AOV)

TETAPTH 14/06/2023 (Ημέρα 2^η)

08:45 – 10:45 Part 4: Technology Selection & Implementation

This module will focus on the different categories of loyalty programmes in terms of technology. It will take time to demonstrate specific online tools that are available and have been pre-selected by the trainer for their applicability to Cyprus.

- The four types of loyalty programme technologies: chip-and-card; card-only; app with scanner; third-party app.
- Review of different loyalty technologies in each category. The following tools will be reviewed (these are a range of different technologies):
 - Prodata Chip-and-Card System
 - Prodata Card System
 - Liquid Barcodes (2-3 options)
 - Yotpo
 - Smile
 - Reperks
 - Marsello
 - Glue Loyalty
- Each review will include functionality, cost structure, pros, cons and a case study of an actual company implementing the system.
- A sub-module will provide a methodology and timeline for implementation.

VITAL IMPORTANCE TRAINING PROGRAMME (100% SUBSIDIZED BY THE HRDA)

10:45 – 11:00 Morning Coffee Break

11:00 – 13:00 Fourth Workshop: Budgeting and Scoping

In this workshop, the participants will be asked to brainstorm what kind of budget they have available for a loyalty app, and what this budget needs to cover: technology, external support for set-up, licensing fees, in-company expenditure, etc.

13:00 – 13:45 Lunch Break

13:45 – 15:30 Running Loyalty Campaigns

This module will present a methodology for running loyalty campaign. It will take a structured approach, including:

- Internal preparation and announcement to staff; staff training;
- Customer preparations and communications;
- Assuring stock and fulfilment capability;
- Marketing and communications campaigns;
- Campaign management;
- In-store, online; communications reactions and outreach;
- Scheduling and timing;
- Campaign risks and risk mitigation;

Fifth Workshop: Campaign Methodology

A campaign methodology worksheet will be distributed to each enterprise for reference. This will provide a detailed checklist of everything that needs to be done in preparing and implementing a loyalty campaign.

15:30 – 15:45 Coffee Break

15:45 – 16:45 Evaluation and Monitoring

This module will close the training with an in-depth look at ROI evaluation and monitoring of each loyalty campaign as well as the programme as a whole.

- Measuring ROI on a campaign basis
- Measuring ROI on a portfolio and enterprise basis
- Tangible and intangible results
- Next steps and future initiatives

Sixth Workshop: Campaign Planning

The last, brief workshop will ask enterprises to make a preliminary selection of what loyalty campaigns can be offered, setting the scene for the in-company visit.

16:45 – 17:00 Conclusions & Closing

The seminar will close with concluding remarks. A communications plan with each company will be defined to follow-up between the seminar and the company visit.

VITAL IMPORTANCE TRAINING PROGRAMME (100% SUBSIDIZED BY THE HRDA)

MANAGING DIGITAL LOYALTY PROGRAMMES

13 & 14/ 06/ 2023 –«CCCI» Premises, Nicosia



The training programme «Managing Digital Loyalty Programmes» will offer training opportunities to Cypriot businesses/organizations in relation to the effective structuring and management of Customer Loyalty Programmes, which lead to improved sales results. This seminar will focus on both the strategy and technology of managing a loyalty programme.

Upon completion of the programme, participants will be able to develop a dynamic Digital Loyalty Programme Management model that will allow them, after assessing the current situation for their company/organization, to proceed with the selection of the appropriate applications that will lead the company/organization to improved sales results. This will be achieved by converting their customers into repeat buyers.

ΣΤΟΧΟΣ ΣΕΜΙΝΑΡΙΟΥ

The main purpose of the program is to help companies/organizations implement a strategic and structured framework for «Managing Digital Loyalty Programmes». The seminar will present and explain in a practical way the latest available technological developments and applications that change the way consumers interact with businesses. Converting customers into loyal buyers is a business challenge that can be achieved with the right initiatives and actions. No technical background is required for participants in this seminar.

Upon completion of the programme, the participants will be able to:

- describe and list the 7 stages of Managing Digital Loyalty programmes: Strategic Analysis, Customer Experience, Loyalty Incentive Design, Technology Selection, Loyalty Programme Structuring, Loyalty Campaigns, Evaluation & Monitoring.
- measure the performance of the business taking into account: sales results, sales channels, customer retention, return on marketing investment.
- describe, analyze and monitor customer sales activity, taking into account a range of variables and metrics such as response to promotional campaigns, price changes, incentives, seasonal variability and more.
- measure, monitor and make continuous improvements to the incentives and communication channels designed to promote customer loyalty by using the digital platform.
- develop a business strategy with an emphasis on marketing and sales strategy, customer relationship management, customer sales analysis, customer loyalty and various other techniques related to this.
- develop customer loyalty programs and transfer them online using digital platforms.
- design incentives based on multiple priorities, e.g. recovering lost accounts, rewarding loyal customers, etc.
- organize and improve customer service, communication and marketing and sales capabilities.

VITAL IMPORTANCE TRAINING PROGRAMME (100% SUBSIDIZED BY THE HRDA)

Information and Participation Cost

Seminar Delivery Dates: Tuesday **13/06/2023** and Wednesday **14/06/2023**

City and Venue: «CCCI» Premises, Nicosia

Duration of Institutional Part: 14 hours. The seminar will be held in two (2) days.

Duration of the In-house Part: A seven (7) hour visit by the instructor to each participating company, for a specialized on-site study and discussion of the applications that should take place in the specific company in relation to the subject of the program.

Language: English

Discussions and interventions can also be done in the Greek language.

Participation Final Cost (after the subsidy): **€339.15** (only the V.A.T per participant)
Programme Cost: €1785 + €339.15 V.A.T. HRDA Subsidy → €1785

The training programme has been approved by the Human Resource Development Authority (HRDA) as a vital importance seminar. **The programme is entirely subsidized by the HRDA and therefore there is no financial burden for businesses / organizations, excluding the VAT (€339.15).**

It should be noted that the VAT it is returned to the companies and is not a cost to the businesses.

The programme has been approved by the HRDA as Vital Importance. Enterprises/organisations participating with their employees who satisfy HRDA's criteria, are entitled to subsidy.



Participants' Description

The program is addressed to **Owners, General Managers, Managers and Assistant Managers of Departments and generally to Senior Officers and Officers of companies and organizations who have a responsible position regarding sales, customer service, marketing, and strategic planning, in general.**

Trainer



The training programme will be delivered by the expert **Mr. Philip Ammerman**.

Participation

Interested parties are kindly requested to fill in the relevant **online participation form** by clicking **HERE no later than Tuesday 6 June 2023.**



Cyprus
Chamber
of Commerce
and Industry

ΕΓΓΡΑΦΗ ΣΤΟ ΣΕΜΙΝΑΡΙΟ

VITAL IMPORTANCE TRAINING PROGRAMME (100% SUBSIDIZED BY THE HRDA)

Important: In addition to the electronic participation that you will fill in for the CCCI, in order for your registration to be considered valid and for you to be able to attend the seminar, more information as well as the programme number, that you will use to register for the seminar through the "ERMIS" digital platform, will be sent to all the participating companies, about a week before the date of the seminar.

For further information or clarifications, please contact Ms. Zoe Pieridou, CCCI Officer, tel: 22889746/15, email: z.pieridou@ccci.org.cy.

Yours sincerely,
Christos Tanteles
Senior Officer

GENERAL NOTE: Companies/organizations that would like to participate in training programmes sponsored by HRDA should proceed **immediately by registering on the "ERMIS" digital platform** (<https://ermis.anad.org.cy/#/front>):

1. Registration of participants as natural persons.
2. Registration of a company as a legal entity.
3. Submit a company's request to obtain the "Employer" role.
4. Connecting participants with their company, with an authorization code provided by the company as "Employer".

The above procedure is done only once.

For more information/clarifications, contact the HRDA, tel. 22390300 (ext. 2).

Payment Methods

1. By cheque in the name of the CCCI
2. Deposit to the following accounts:

BANK OF CYPRUS

ACCOUNT NO: **0194-12-006537**
IBAN NO.: **CY 16 0020 0194 000 000 12 0065 3700**
BIC: **BCYPCY2N**

HELLENIC BANK

ACCOUNT NO: **121-01-013924-01**
IBAN NO.: **CY25005001210001210101392401**
BIC: **HEBACY2N**

3. Through the **JCC SMART** Service by clicking on the link: <https://www.jccsmart.com/e-bill/32522039>

***Cash payments are not accepted, in accordance with the HRDA regulations.**

VITAL IMPORTANCE TRAINING PROGRAMME (100% SUBSIDIZED BY THE HRDA)**TRAINING PROGRAMME****TUESDAY 13/06/2023 (DAY 1)**

08:30 – 08:45 Registration

08:45 – 10:00 [Understanding Digital Loyalty Programmes](#)

This module introduces the concept of digital loyalty programmes in terms of technology, deployment, and results.

- Core concept of digital loyalty programmes
- How technology has changed over time
- Review of successful programmes

First Workshop: Vision for Digital Loyalty

Each company will brainstorm to see how they would like to position themselves and their digital loyalty programme.

10:00 – 10:45 [Part 1: Strategic Analysis](#)

This module introduces the concept of strategic analysis as a precursor for developing digital loyalty programmes. The concepts that will be covered include:

- Corporate profitability models: How is profit generated?
- Corporate sales models: Physical versus online Points of Sale
- Competitors and differentiation
- Customer Behaviour: B2B, B2C, B2B2C, P2P, etc.
- Post-COVID and Inflationary Impacts on Sales and Profitability

10:45 – 11:00 Morning Coffee Break

11:00 – 13:00 [Part 2: Customer Experience](#)

This module looks at customer experience and customer motivation. It introduces quantitative and qualitative methods of assessing customer behaviour, and will cover B2B customers and B2C consumers.

- Customer Psychology and Consumer Behaviour
- Sales Analysis Methods
- Offline Customer Experience
- Online Customer Experience
- Integrating Digital Loyalty Measurement into Customer Experience
- Key Types of Loyalty Campaigns: Account Regeneration; Account Reward; Differentiation; Sales Steering; Store Visits; Purchase Incentives; Purchase Frequency.

Second Workshop: Developing Digital Loyalty Strategies

Each company will be asked to prioritise which of the key types of loyalty campaigns it will implement in the next 2 months. This in turn informs the work during the company visit.

13:00 – 13:45 Lunch Break

13:45 – 15:30 [Part 3: Incentive Design](#)

VITAL IMPORTANCE TRAINING PROGRAMME (100% SUBSIDIZED BY THE HRDA)

This module looks at what kinds of incentives are truly useful. It also introduces methods of measuring the perceived versus cash cost of different incentive types.

- Review of different categories of incentives
- Examples of each category
- Calculating the cash and non-cash costs of incentives
- Profit / loss analysis of each category
- Black-out periods and other qualifiers
- Campaign budgeting for incentives
- Return on investment (ROI) of incentives
- Customer purchase behaviour and likely incentive response
- Staffing, fulfilment and delivery requirements for each incentive

15:30 – 15:45 Afternoon Coffee Break

15:45-17:00 Third Workshop: Incentive Selection and Design.

Each company will revise their vision for incentives in light of the specific budgeting and campaign methodology introduced. Each company will be asked to select 1-2 incentives for each campaign type:

- Account regeneration
- Rewarding top clients
- New product launches
- Stock movement
- Increasing store visits, frequency and average order value (AOV)
- Increasing website visits, frequency and average order value (AOV)

WEDNESDAY 14/06/2023 (DAY 2)**08:45 – 10:45 Part 4: Technology Selection & Implementation**

This module will focus on the different categories of loyalty programmes in terms of technology. It will take time to demonstrate specific online tools that are available and have been pre-selected by the trainer for their applicability to Cyprus.

- The four types of loyalty programme technologies: chip-and-card; card-only; app with scanner; third-party app.
- Review of different loyalty technologies in each category. The following tools will be reviewed (these are a range of different technologies):
 - Prodata Chip-and-Card System
 - Prodata Card System
 - Liquid Barcodes (2-3 options)
 - Yotpo
 - Smile
 - Reperks
 - Marsello
 - Glue Loyalty
- Each review will include functionality, cost structure, pros, cons and a case study of an actual company implementing the system.
- A sub-module will provide a methodology and timeline for implementation.

VITAL IMPORTANCE TRAINING PROGRAMME (100% SUBSIDIZED BY THE HRDA)

10:45 – 11:00 Morning Coffee Break

11:00 – 13:00 Fourth Workshop: Budgeting and Scoping

In this workshop, the participants will be asked to brainstorm what kind of budget they have available for a loyalty app, and what this budget needs to cover: technology, external support for set-up, licensing fees, in-company expenditure, etc.

13:00 – 13:45 Lunch Break

13:45 – 15:30 Running Loyalty Campaigns

This module will present a methodology for running loyalty campaign. It will take a structured approach, including:

- Internal preparation and announcement to staff; staff training;
- Customer preparations and communications;
- Assuring stock and fulfilment capability;
- Marketing and communications campaigns;
- Campaign management;
- In-store, online; communications reactions and outreach;
- Scheduling and timing;
- Campaign risks and risk mitigation;

Fifth Workshop: Campaign Methodology

A campaign methodology worksheet will be distributed to each enterprise for reference. This will provide a detailed checklist of everything that needs to be done in preparing and implementing a loyalty campaign.

15:30 – 15:45 Coffee Break

15:45 – 16:45 Evaluation and Monitoring

This module will close the training with an in-depth look at ROI evaluation and monitoring of each loyalty campaign as well as the programme as a whole.

- Measuring ROI on a campaign basis
- Measuring ROI on a portfolio and enterprise basis
- Tangible and intangible results
- Next steps and future initiatives

Sixth Workshop: Campaign Planning

The last, brief workshop will ask enterprises to make a preliminary selection of what loyalty campaigns can be offered, setting the scene for the in-company visit.

16:45 – 17:00 Conclusions & Closing

The seminar will close with concluding remarks. A communications plan with each company will be defined to follow-up between the seminar and the company visit.