

ΕΠΙΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΖΩΤΙΚΗΣ ΣΗΜΑΣΙΑΣ (100% ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΜΕΝΟ)

MANAGING DIGITAL LOYALTY PROGRAMMES

23 & 24/ 04/ 2024 – Κτήριο «ΚΕΒΕ», Λευκωσία



Το εκπαιδευτικό πρόγραμμα «Διαχείριση Ψηφιακών Προγραμμάτων Αφοσίωσης» (Managing Digital Loyalty Programmes) θα προσφέρει δυνατότητα κατάρτισης στις κυριακές 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 εξηγηθούν 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 **23/04/2024** και Τετάρτη **24/04/2024**

Χώρος Διεξαγωγής: Κτήριο «ΚΕΒΕ», Λευκωσία

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

Ώρες Διεξαγωγής: 08:30-17:00

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.

Αρχικό Κόστος προγράμματος ανά συμμετέχοντα: €2100 - **100% Επιχορήγηση από ΑνΑΔ**

Το πρόγραμμα επιχορηγείται εξ' ολοκλήρου από την ΑνΑΔ.

ΑΕΝ υπάρχει οποιαδήποτε οικονομική επιβάρυνση για τις επιχειρήσεις / οργανισμούς.

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**. Ο Philip είναι επιχειρηματίας και επενδυτικός σύμβουλος από το 1993. Έχει συμβουλέψει νεοφυείς επιχειρήσεις, επενδυτές και επιχειρήσεις σχετικά με την ψηφιακή μετασχηματισμό, τη διεθνοποίηση και την ανάπτυξη με γνώμονα τις επενδύσεις. Οι εξειδικεύσεις του περιλαμβάνουν την αποτίμηση (valuation) και ανάπτυξη τεχνολογικών startups καθώς και τη διαχείριση ψηφιακού έργου (project management), το ψηφιακό μάρκετινγκ, την ανάπτυξη DeepTech, τον επανασχεδιασμό επιχειρηματικών διαδικασιών, τη χρηματοοικονομική μοντελοποίηση (financial modelling), την ανάλυση κινδύνου (risk analysis) και τη δέουσα επιμέλεια (due diligence). Ο Philip είναι εκπαιδευτής του ΚΕΒΕ για 24 και πλέον χρόνια και έχει παρουσιάσει όλα αυτά τα χρόνια δεκάδες επιμορφωτικά προγράμματα ζωτικής σημασίας

επιχορηγούμενα από την ΑνΑΔ. Είναι επίσης σύμβουλος στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή, στο Πρόγραμμα Horizon, σε διάφορους οργανισμούς της ΕΕ, σε διεθνείς τράπεζες ανάπτυξης, καθώς και επενδυτικά κεφάλαια.

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 τη Δευτέρα 15 Απριλίου 2024.**

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).

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

ΑΝΑΛΥΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

ΤΡΙΤΗ 23/04/2024 (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 24/04/2024 (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

23 & 24/ 04/ 2024 –«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 **23/04/2024** and Wednesday **24/04/2024**

City and Venue: «CCCI» Premises, Nicosia

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

Conducting Hours: 08:30-17:00

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.

Program Cost per participant: €2100 - **100% SUBSIDIZED BY THE HRDA**

The program has been approved as a Vital Importance program and it is subsidized 100% by the HRDA. There are no financial charges for businesses / organizations.

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 program will be delivered by the expert **Mr. Philip Ammerman**. Philip is a consultant, entrepreneur and investment advisor who has advised start-ups, investors and enterprises on digital transformation, internationalisation, and investment-led growth since 1993. His specialisation include the valuation and the development of tech startups as well as the digital project management, the digital marketing, the DeepTech development, the business process re-engineering, the financial modelling, the risk analysis and the due diligence. Philip has been a CCCI trainer for over 24 years and he has presented over the years dozens of vital importance seminars subsidized by the HRDA. He is also a consultant for the European Commission, the Horizon Programme, various EU Agencies and International Development Banks as well as investment funds and venture capital firms.



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

Participation

Interested parties are kindly requested to fill in the relevant **online participation form** by clicking **HERE** **no later than Monday 15 April 2024.**

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).

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

TRAINING PROGRAMME

TUESDAY 23/04/2024 (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 24/04/2024 (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.