

LOYALTY-PAS

Een impuls voor uw middenstand

Een aantrekkelijke binnenstad is een groot goed voor iedere gemeente. De stadsgebonden loyalty-pas is de uitgelezen manier om het winkelend publiek terug te laten keren naar de binnenstad.

Met deze 'klantenkaart' sparen winkelbezoekers voor korting, gratis artikelen of acties bij aangesloten winkels en de spaarpunten zijn nu ook te gebruiken voor het betalen van parkeergeld op straat.

Betaald parkeren en middenstand

Een aantrekkelijke binnenstad is een groot goed voor iedere gemeente. Graag eentje met een gevarieerd winkelaanbod en veel bezoekers. Omdat de tendens lijkt te zijn, dat het winkelbezoek afneemt, zetten winkeliers hun kaarten op gratis parkeren om meer en langduriger bezoek van klanten te stimuleren.

Gemeenten daarentegen, willen betaald parkeren graag in stand houden, om drukte te reguleren en inkomsten te genereren. Die twee uitgangspunten lijken te conflicteren.

- De schakel tussen mobiliteit en middenstand
- Trek meer bezoekers naar de binnenstad
- Behoud de inkomsten uit betaald parkeren
- Mogelijkheid tot gerichte marketingacties door de middenstand
- Aantrekkelijke kortingen en acties voor winkelend publiek



Een impuls voor uw middenstand

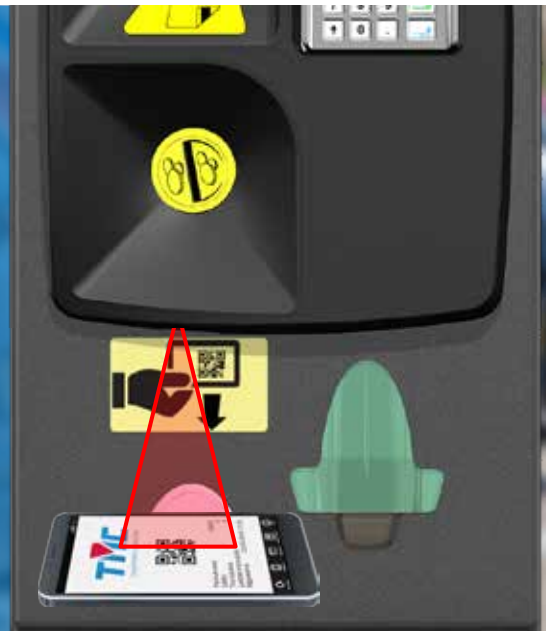
De stadsgebonden loyalty-pas biedt uitkomst. Deze 'klantenkaart' heeft een unieke barcode en is ook beschikbaar als smartphone-app. Met de loyalty-pas kunnen winkelbezoekers sparen voor korting, gratis artikelen of acties bij aangesloten winkels.

De spaarpunten zijn nu ook te gebruiken voor het betalen van parkeergeld op straat. Op deze manier geven de winkeliers parkeergeld terug aan hun klanten en stimuleert het systeem om bij deelnemende partijen inkopen te doen.

Hoe werkt het?

De klant gaat winkelen. Bij het afrekenen scant de winkelier de pas of smartphone en de spaarpunten worden bijgeschreven. De klant kan vervolgens met de spaarpunten betalen, bijvoorbeeld bij de parkeerautomaat.

Maar liefst 82% van de klanten komt vaker terug en 65% van de klanten geeft meer uit, zo blijkt uit onderzoek van de Tilburg University. Daarmee is de loyalty-pas de schakel tussen mobiliteit en middenstand. Het systeem zorgt voor het behoud van inkomsten uit betaald parkeren en stimuleert bezoekers om naar de binnenstad te komen.



De bijzondere voordelen van dit win-win-concept

Ondernemers kunnen zich onderscheiden van de concurrentie met de inzet van het snelle, eenvoudige, veilige en efficiënte spaarsysteem door gerichte marketingacties. Ze trekken meer klanten en klanten komen vaker terug.

Voor winkelend publiek is het handig dat er 1 pas is, geldig bij alle deelnemende winkeliers, waarmee men spaart voor korting op winkelen en op parkeren.

Al met al leidt dit tot meer bedrijvigheid en een aantrekkelijker stadshart met, niet onbelangrijk voor de gemeente, behoud van parkeerinkomsten.



© 2016 Taxameter Centrale B.V. Alle rechten voorbehouden. Afbeeldingen en specificaties kunnen onderhevig zijn aan wijzigingen. Zonder schriftelijke bevestiging van TMC kunnen geen rechten worden ontleend aan de gepubliceerde informatie.

TMC
taxameter centrale

Taxameter Centrale B.V. is in 1927 gestart als importeur van instrumenten voor automobielen. In de jaren zeventig wordt de basis gelegd voor het huidige productaanbod en sindsdien is TMC voortdurend op zoek naar nieuwe oplossingen die opdrachtgevers helpen hun mobiliteitsdoelstellingen effectiever en efficiënter te realiseren.

H.J.E. Wenckebachweg 80
1114 AD Amsterdam-Duivendrecht
+31 (0)20 462 0 462
www.taxameter.nl
onstreetparkeren@taxameter.nl