

Verduurzaming loyaliteitsprogramma's

Publieke samenvatting / Public summary

Benutten van loyaliteitsprogramma's voor implementatie van energie-innovaties bij breed publiek

Bijna alle grote bedrijven hebben een klanten- of ledenbindingssysteem met speciale aanbiedingen. Van Albert Heijn en Gamma tot FNV en de NS. Dit kan ook een krachtig kanaal zijn met een aanzienlijk bereik om energie-innovaties frequenter aan een grotere groep consumenten aan te bieden.

Onderzoeksvragen

- Hoe kunnen bedrijven en organisaties gestimuleerd worden hun loyaliteitsprogramma's (verder) te verduurzamen?
- Hoe kunnen consumenten gestimuleerd worden meer gebruik te maken van het aanbod van duurzame energieproducten en -diensten binnen loyaliteitsprogramma's?

Onderzoeksmethode

Om de eerste vraag te kunnen beantwoorden, worden organisaties die al beschikken over een loyaliteitsprogramma benaderd. Op basis van gesprekken wordt in kaart gebracht waar kansen en belemmeringen voor organisaties liggen om hun loyaliteitsprogramma's al dan niet te willen verduurzamen. Deze kansen en belemmeringen leiden tot interventies die getest worden bij verschillende organisaties. Op basis daarvan worden do's en don'ts geformuleerd om organisaties te stimuleren meer klimaatvriendelijke en energiebesparende producten aan te bieden binnen

Projectinformatie / Project information

Projectnummer / Project number

TESE115007

Subsidiebedrag / Grant amount

€ 198.907,00

Algemene informatie / General information

Penvoerder / Secretariat

Hier Klimaatbureau

Publicaties en materialen / Publications and attachments

- 19.07.2019

Eindrapport TESE115007

Volg Topsector Energie op X / Follow Topsector Energie on X

@TSEnergie

hun loyaliteitsprogramma's.

Ook de consument wordt onder de loep genomen: hoe bied je energiebesparende producten zo aan dat mensen deze daadwerkelijk willen kopen? Wat voor soort producten zijn het meest kansrijk? Dit helpt organisaties om loyaliteitsprogramma's te ontwikkelen die aansluiten bij de behoeften van de consument. Dit wordt in kaart gebracht met een kwantitatieve vragenlijst en real life praktijkonderzoek.

Resultaten

Dit onderzoek levert op 2 gebieden inzicht op:

- concrete aanbevelingen (do's en don'ts) om bedrijven en organisaties te stimuleren binnen hun loyaliteitsprogramma's meer klimaatvriendelijke en energiebesparende producten en diensten aan te bieden.
- concrete aanbevelingen om consumenten te stimuleren meer gebruik te maken van deze aanbiedingen voor energiebesparende producten.

Voor wie is dit interessant?

Het onderzoek biedt aanknopingspunten voor adviesbureaus die organisaties helpen met het opzetten van hun loyaliteitsprogramma. Ook voor deze organisaties zelf zijn de resultaten interessant. Zij krijgen advies over hoe zij programma's kunnen opzetten die aansluiten bij de behoefte van hun doelgroep.

De data in deze applicatie is afkomstig van de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO) en wordt in samenwerking met de Topsector Energie ontsloten.

Voor meer informatie over de Topsector Energie, ga naar www.topsectorenergie.nl.

Voor meer informatie over de TSE / Energie-Innovatie regelingen die RVO aanbiedt, ga naar www.rvo.nl/tse.