

A MOL Move hűségprogram hatékonyságának vizsgálata

Kis Dorottya

Kereskedelem és marketing alapszak, nappali

Agrár és Élelmiszergazdasági Intézet

Belső témavezető: Dr. Szendrő Katalin, egyetemi docens, Magyar Agrár és Élettudományi Egyetem

Szaktervezésben a hűségprogramok, azon belül is a MOL Move program hatékonyságát vizsgáltam a hazai üzemanyagpiacon. A téma aktualitását az adja, hogy a vásárlói lojalitás megőrzése napjaink egyik legnagyobb kihívása a piaci verseny és digitális átalakulás közepette. Dolgozatom célja a MOL hűségprogramjának, különösen a MOL Move rendszerének hatékonysági vizsgálata volt, annak megértése, hogy milyen mértékben járul hozzá a vásárlói lojalitás kialakításához, illetve milyen területeken lenne érdemes fejleszteni. Napjainkban a márkahűség megőrzése egyre nagyobb kihívás a vállalatok számára, ezért a jól működő, folyamatosan fejlesztett hűségprogramok kiemelkedő szerepet töltenek be az ügyfélmegtartásban és a vásárlói elköteleződés növelésében.

A szakirodalmi részben bemutattam általánosan a hűségprogramok működését, majd specifikusan rátérve a MOL Move hűségprogramra. Emellett vizsgáltam a vásárlói lojalitás fogalmát és típusait, illetve a hatékonyság mérésére alkalmazott módszereket.

A kutatási szakaszban online kérdőíves módszert használtam, hólabda mintavételt alkalmazva. Kutatásomban 19 kérdést fogalmaztam meg, melyre 200 kitöltés érkezett. A válaszadók 80,5%-a nyilatkozott úgy, hogy a leggyakrabban a MOL-nál tankol, és 60%-uk aktív felhasználója a MOL Move programnak. Az eredmények alapján a program legfőbb vonzerejét a kuponkedvezmények és a pontgyűjtési lehetőség jelentik. Ugyanakkor a pontgyűjtés sebességével és a jutalmak elérhetőségével kapcsolatban több válaszadó is kritikát fogalmazott meg. A kitöltők döntő többsége minden tankolás során használja a programot, ami magas szintű vásárlói lojalitást jelez. A kutatásból az is kiderült, hogy a válaszadók jelentős része nyitott lenne további kedvezményekre és személyre szabott ajánlatokra.

A kutatás eredményei alapján több javaslat is megfogalmazódott bennem a program fejlesztése érdekében. Ilyen fejlesztési javaslat lehet például az egyszerűbb regisztrációs folyamat, a kisebb, de gyakrabban elérhető jutalmak bevezetése, illetve a kevésbé aktív ügyfelek megszólítása. Összességében megállapítható, hogy a MOL Move hűségprogram hatékonyan működik, azonban további fejlesztésekkel tovább növelhető a versenyelőny, a vásárlói élmény és a fogyasztói lojalitás is.