

Věrnostní systémy na netu

Vyberte si některý z bonusových programů na internetu

Michal Chleboun

Chcete knížku, logo či zvonění do svého mobilu, DVD, tričko či něco ještě hodnotnějšího, a chcete to levně? Máte-li dost času, trpělivosti a také štěstí, na internetu to všechno můžete získat za symbolickou cenu, nebo dokonce zadarmo. Stačí stát se členem nějakého věrnostního programu, kterých se na webu najde velké množství, a sbírat virtuální měnu, kterou můžete proměnit buď ve slevu, nebo celý konkrétní předmět, který provozovatel daného systému nabízí.

Věrnostní systémy jsou každému, kdo alespoň občas nakupuje zboží nebo služby, známy z běžného života – své bonusové programy mají mobilní operátoři, obchodní řetězce i drobní živnostníci, kteří se prostřednictvím zdánlivě jednoduchého získávání výhod snaží přesvědčit zákazníky, aby nakupovali právě u nich, a pokud možno opakovaně a častěji. Úměra takových programů je velmi jednoduchá – čím více peněz utratíte, tím atraktivnější odměna se vám vrátí. Můžete si být jisti, že žádný obchodník na podobném způsobu formování věrného zákazníka nezchudl, každou slevu totiž draze zaplatíte v hotovosti, kterou u něho během obchodování utratíte. Jak kdysi napsali Jiří Grossmann a Miloslav Šimek v jedné své povídce, *nechci slevu zadarmo*. Tato všudypřítomná charakteristika věrnostních systémů platí vždy, bez ohledu na to, jaké podoby systémy nabývají – ať už svými nákupy směřujete k poukázce na slevu, výrobku, za který při výměně za žetony nebo body nezaplatíte vůbec nic, nebo se účastníte spotřebitelských soutěží, kdy je výhra otázkou štěstí při závěrečném losování.

Své věrnostní systémy má i internetový svět a na rozdíl od světa reálného máte na internetu šanci, že přímé peníze po vás jejich provozovatelé nebudou chtít. Pokud tedy nebereme v úvahu odměny za nákupy v internetových obchodech, které si nijak nezadají se svými kamennými protějšky. Programy na utužení věrnosti totiž existují na internetu také v takové podobě, že koupit nemusíte vůbec nic, a přitom něco dostanete. Majitelé internetových serverů to pochopitelně nedělají z lásky k internetové komunitě: V konečném důsledku i věrnost internetovému serveru vás bude stát peníze za připojení (a pokud berete v úvahu i další hledisko, pak počítejte s prohýřeným časem) – a odměnu, kterou od serveru nakonec inkasujete, zaplatí provozovatel za peníze získané od sponzora (inzerenta), kterému vaši věrnost prodal. Dlužno říct, že věrní uživatelé jsou jak pro internetové podnikatele, tak pro inzerenty mnohem zajímavější než ti, kdo neustále hledají, kde by zakotvili.

Existuje velké množství příležitostí, jak pomyslné mince, které jednou budete moci proměnit za vysněnou odměnu, na internetu získávat. Záleží pochopitelně na typu serveru, který odměny nabízí, ale také na jeho ochotě investovat do marketingu a na propracovanosti celého systému. Z tohoto pohledu je jedním z nejzajímavějších věrnostních systémů na českém internetu program s názvem Tiscali Plus (plus.tiscali.cz), kterého se účastní ti, kdo se prostřednictvím stejnojmenného telekomunikačního operátora připojují k internetu. Za každou prosurfovanou hodinu ve špičce získává uživatel 2 body, za hodinu mimo špičku bod jeden. Těm, kdo rádi počítají, poskytneme několik zajímavých čísel. Pokud si budete chtít za Tiscali body koupit například videokazetu, musíte na internetu (připojení přes Tiscali) strávit přibližně 225 hodin ve špičce nebo 450 hodin mimo ni. Kazeta vás tak přijde zhruba na 10 tisíc korun. Neznamená to však, že odpojíte modem a půjdete si ji koupit za pět set do obchodu. Kouzlo odměny tkví v takových případech v tom, že čas na internetu stejně trávíte – a proč se tedy nepřipojit přes Tiscali, když konkurenti věrnostní program nemají nebo nenabízejí tak atraktivní ceny?

Tiscali Plus je zajímavý péčí, jakou mu portál Tiscali věnuje. Každý účastník programu může nejen sledovat své vlastní konto a těšit se tak na odměnu, která ho nemine, ale má k dispozici také propracovaný katalog, objednávkový systém s možností zjistit, v jakém stavu se nachází objednávka odměny, kterou si vybral, a může dokonce body utratit v aukcích. Tiscali program je vlastně malý internetový obchod, v němž utrácíte výhradně virtuální peníze.

Zatímco na Tiscali získává uživatel body za naskakující telefonní impulsy, na druhém portálu, který má věrnostní systém, české dvojce Centrum (www.centrum.cz), se kredity (jak se tamní virtuální měna nazývá) přičítají za pouhé prohlížení stránek, potažmo tedy vlastně za načítání reklamy při používání bezplatných služeb portálu. Proti duchaplným uživatelům, kteří si naprogramují script, který za ně sám bude sbírat kredity, je ale Centrum pojištěno – za jeden den je možné získat jen 150 kreditů. Tento nedostatek a pro poctivé sběrače jistě nepříznivá skutečnost je ale vyvážen tím, že kredity se na Centru načítají také za vybírání freemailové schránky přes protokol POP3, tedy bez nutnosti navštívit byť jen jedinou stránku Centra a zhlédnout jakoukoli reklamu, a možností získat za některé aktivity větší počet bodů (např. za odeslání vybrané pohlednice).

Program Centra (bonus.centrum.cz) láká uživatele už od samého počátku portálu (tedy od zřížení 1999), jeho nevýhodou ale je, že zde můžete získat pouze slevy nebo výhody při užívání portálových služeb (prostor ve schránce nebo na freewebe), a odměny proto nejsou příliš atraktivní, zvláště když to, co se nabízí, nepotřebujete. Bonus na Centru rozhodně vypadá, jako by se o něj nepečovalo, přesto v portfoliu služeb portálu zůstává a v jejím popisu stojí, že se jedná o „originální službu českého internetu“.

Patrně nejširší škálu možností, jak na své konto připisovat virtuální bodíky, najdeme na zpravodajském portálu iDnes (www.idnes.cz). Měna zde má „podobu“ dukátů, které je možné získat nejen procházením po serverech, které do rodiny iDnes patří, ale také třeba nákupem finančních služeb na Fincentru, které k ní patří, dodáním podnětu pro článek nebo účastí v nejrůznějších akcích, které portál vyhlašuje. Členové věrnostního systému mohou od HVB Bank získat kreditní kartu, která zároveň funguje jako slevová karta klubu. Pravda, dnes má každý v peněžence nebo po kapsách v průměru tři karty na nejrůznější slevy, kreditní karta ale má svou jasně danou roli a tento platební nástroj bude mít stále větší význam.

Nevýhodou Klubu iDnes je snad jen to, že je náhodnému návštěvníkovi poměrně dobře skryt a i ti, kdo ho znají, mohou mít problémy najít vstup na své konto. Pokud se vám ale povede ho najít, můžete si po nasbírání dostatečně baculatého měšce vybrat ze širokého spektra odměn včetně předmětů označených logem iDnes. Kdo chce být věrným, může být ještě věrnějším, když bude nosit klíčenku s logem svého portálu.

Trochu jiným systémem mezi věrnostními programy je server Fazole (www.fazole.cz), který primárně nevznikl proto, aby uživatelé hledali své bohatství na něm, ale na partnerských serverech, které jsou součástí marketingového propletení. Fazole pak sdružují uživatele a poskytují jim informace, kde mohou svou luštěninu sebrat (pozor, její nadměrná konzumace může vést k velmi nepříjemným důsledkům!). Server tak zvyšuje návštěvnost těm, kdo na oplátku poskytují slevy nebo celé odměny, případně za vstup do systému zaplatí. Tento původní záměr postupně nabíral nové rozměry, takže dnes už Fazole.cz neslouží jenom jako katalog partnerských webů, ale také jako místo, kde fazoláři tráví svůj volný čas například ve fórech.

Aktivita serveru by se měla v brzké době rozšířit o nabídku dial-up připojení (tedy sbírání fazolí po vzoru Tiscali) nebo možnost stáhnout si kupony na slevu v kamenných obchodech. Otázkou je, zda server není světem pro sebe samým, protože atraktivní odměny aby uživatel pohledal a noví partneři, kteří by ho trochu rozhybali, se do zavedeného systému zjevně jen tak nepohrnou.

Některé věrnostní systémy vyžadují od svých členů opravdu velkou trpělivost. Autor tohoto článku se už dva a půl roku poctivě účastní výzkumů prováděných na stránce OnlinePanelu (www.onlinepanel.cz) a vypadá to, že pokud se toho dožije ve zdraví, tempem, jakým je možné za účast ve výzkumech získávat oplatky, si teprve v úctyhodném věku 80 let bude moci v agentuře NMS vyzvednout horské kolo – ale považte, patrně už mu bude k ničemu.

V poslední době se na internet odvážily se svými věrnostními systémy také obchodní společnosti, které je dosud ponechávaly jen v oblasti kamenného obchodování. Internet je důležitým (ale nikoli jediným) komunikačním nástrojem při získávání odměn za nakupování v síti čerpacích stanic Aral a v marketech OBI, jejichž zákazníci mají svá Aralkonta (www.aralkonto.cz) a Obikonta (www.obikonto.cz). Provozovatel druhého jmenovaného nicméně před časem prohlásil, že ke konci června program ruší, ale slibuje ho nahradit nějakým jiným.

I když má pojmenování virtuální měny ve věrnostních systémech často poukázat na souvislost s měnou skutečnou (dukáty, kredity, bony), některým jejich provozovatelům nelze upřít velkou dávku kreativity při jeho vymýšlení. Na internetu je totiž možné narazit také na poměrně neznámé programy, které své body pojmenovaly například priory, glukony nebo hlodyti. Ať už sbíráte, co sbíráte, opatrujte své internetové peníze dobře a z odměny se těšte. Věřte, že je to vždy odměna velmi draze zaplacená.