



HEMMAKVÄLL LANSERAR NY MEDLEMSKLUBB

2021-05-17 07:30 CEST

Hemmakväll lanserar ny kundklubb - med medlemmen i fokus

Den 24e maj lanserar vi på Hemmakväll vår nya och uppdaterade kundklubb, i samband med lanseringen släpps även en ny app för medlemmar.

– Den gamla kundklubben, *Soffgruppen*, baserades på filmkunden och hur Hemmakväll var förr. Vårt största fokus nu är godis, vilket är något som kan avnjutas överallt - inte bara i soffan, säger Camilla Fäldt, digital marknadsansvarig på Hemmakväll.

Sedan slutet av 2019 har vi på Hemmakväll arbetat intensivt för att uppdatera vår kundklubb. Drygt ett och ett halvt år senare, med fördröjningar

till följd av pandemin, är vi i hamn. När projektet inleddes började vi med att vända oss till våra redan existerande medlemmar men också följare via sociala medier. I dialog med medlemmarna fick vi feedback på vad som önskades och även vad medlemmarna ansåg saknades. Med dessa förfrågningar i åtanke påbörjades sedan arbetet med att ta fram en passande app och ett helt nytt koncept för kundklubben.

– Det känns väldigt roligt att möta alla efterfrågningar som våra kunder har haft och koka ner dem i vår nya kundklubb, nu kommer de att få ut mer värde vilket känns jättehärligt. Vi kommer dessutom att kunna interagera med medlemmarna på ett annat sätt och anpassa erbjudanden efter deras smak. Just godis är så personligt och det har vi verkligen tagit hänsyn till nu. Vi vill att en kund som älskar lakrits även ska få förmånliga erbjudanden om lakrits, säger Camilla Fäldt.

Hemmakvälls nya app

Medlemmarna kommer att ha möjlighet att logga in i appen och klicka i olika alternativ som passar deras personliga preferenser. Dels får kunden välja vilka smaker man tycker om, såsom salt eller surt, men också i vilka typer av situationer som man tycker om att konsumera. Det kan till exempel vara i bilen på väg någonstans, eller hemma själv när man unnar sig, eller med familj och vänner. Valen som görs i början efter inloggning i appen, tillsammans med köphistorik, kommer sedan att vara med och styra vilka erbjudanden kunden får och vilken sorts innehåll som appen fylls med. Appen kommer också att innehålla ett digitalt stämpelkort där kunden samlar poäng vid varje köp och erbjuda inspirationstips, veckans fråga och även tips på recept.

– Det känns väldigt bra att äntligen kunna ge tillbaka till våra trogna medlemmar som varit så stöttande under hela den här resan. Nu ser vi fram emot lanseringen och hoppas att den ska bli en riktig succé, avslutar Camilla Fäldt.

För att läsa mer om Hemmakväll och våra erbjudanden, klicka [här](#).

Hemmakväll AB är Sveriges största godisbutikskedja med cirka 70 butiker över hela landet och cirka 600 medarbetare. Hemmakväll marknadsför och säljer lösgodis, konfektyr, snacks, drycker, glass, presentförpackningar, mjukisdjur Ty, Funko popkulturprodukter, samt köpfilms-produkter. Hemmakväll lanserade våren 2016 ett nytt upplevelsebaserat butikskoncept som fokuserar på ätbart. Idag finns

ca 15 konceptbutiker på högtrafiklägen både i gallerior och gatulägen.

Kontaktpersoner



Camilla Fäldt

Digital Marknadsansvarig

Digital Marknadsansvarig Hemmakväll AB

camilla.faltdt@hemmakvall.se

070 - 921 12 46