



# AGODA

loyalty program



GRANT PROPOSAL FOR COMMUNITY CHARITY FUND

MONTH AND YEAR

## OBJECTIVE:

TO IMPROVE AGODA  
LOYALTY PROGRAM  
WHICH AIM TO



1. INCREASE CUSTOMER RETENTION
2. Repeat Purchases
3. Increased Customer Engagement

# CURRENT AGODA LOYALTY PROGRAM

## AgodaVIP คืออะไร

AgodaVIP คือสิทธิประโยชน์ต่างๆ สำหรับ

### สิทธิประโยชน์ของ AgodaVIP

รับส่วนลดสุดพิเศษสำหรับที่พักที่มีข้อความ **★VIP** ส่วนลดไว้อีก ทุกครั้งที่จองที่พักเหล่านี้ ลูกค้า VIP จะได้รับราคากลางกว่าลูกค้าทั่วไป นอกจากนี้ในอนาคต เราจะจ่ายเงินส่วนลดสำหรับลูกค้า VIP เมื่อจองตั๋วเครื่องบินด้วย!

	VIP Bronze	VIP Silver	VIP Gold	VIP Platinum
รับประกันราคายอดสูงสุด	✓	✓	✓	✓
ราคาพิเศษสำหรับสมาชิก	✓	✓	✓	✓
ส่วนลดลูกค้า VIP สูงสุด 12%	✗	✓	✓	✓
ส่วนลดลูกค้า VIP สูงสุด 18%	✗	✗	✓	✓
ส่วนลดลูกค้า VIP สูงสุด 25%	✗	✗	✗	✓
บริการอาหารเช้าฟรีและสิทธิประโยชน์อื่นๆ จากที่พักที่ร่วมรายการ	✗	✗	✗	✓

เมื่อจองที่พักกับเราในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาครบ 2 ครั้ง รับสถานะ Silver ครบ 5 ครั้ง รับสถานะ Gold ครบ 10 ครั้ง รับสถานะ Platinum หลังจากนั้นทุกๆ 6 เดือน เราจะต่อสถานะให้ท่านโดยอัตโนมัติหากท่านมีการจองครบเกณฑ์ที่กำหนด

# คุณ Sujitra ยินดีต้อนรับกลับสู่โภค้า - คุณเป็นสมาชิก ★VIP Gold แล้ว

★ VIP Gold  
สถานะหมดอายุ: 05 พ.ย. 2023  
การจองของท่านในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา  
9 การจอง

เป้าย VIP คือสัญลักษณ์ที่แสดงว่าท่านกำลังได้รับส่วนลดหรือสิทธิประโยชน์พิเศษสำหรับสมาชิก VIP โดยเฉพาะ ค้นหาและจองที่พักพร้อมข้อเสนอสุดพิเศษ พร้อมสะสมยอดจองเพื่อรักษาสถานะสมาชิก VIP ได้เลย

✓ รับประทานราคารีทสุด ✓ ส่วนลดลูกค้า VIP สูงสุด 18%

Bronze Silver Gold Platinum

2 การจอง 5 การจอง 10 การจอง

ดูข้อมูลเพิ่มเติม

## Scoring from

1. Frequency booking in last 2 years
2. Cancellation Rate

# Scoring from

1. Frequency booking in last 2 years
  2. Cancellation Rate

# Recommendation for improvement

## How to Measure Customer Lifetime Value



**Determine Your Average Order Value:**  
Start by finding the value of the average sale. If you have not been tracking this data for long, consider looking at a one- or three-month period as a proxy for the full year.



**Calculate the Average Number of Transactions Per Period:** Do customers come in several times a week, which might be common with a coffee shop, or only once every few years, which could be the case at a car dealership? The frequency of visits is a major driver of CLV.



**Measure Your Customer Retention:**  
Finally, you'll need to figure out how long the average customer sticks with your brand. Some brands, like technology and car brands, inspire lifelong loyalty. Others, like gas stations or retail chains, may have much less loyal customers.



**Calculate Customer Lifetime Value:**  
Now you have the inputs. It's time to multiply the three numbers together to calculate CLV per the formula below.

parameter	Current	Purposed
AVG. number of booking per 24 months		
AVG. booking Value		
AVG. Gross Margin		
AVG. Life Span		

# Scoring Point

**Total score = No. of booking x Cancellation rate x Total Spending**

Topic	Score/Criteria	Tier	Score Range
No. of booking (within 24 months)	3 : > 10 2 : 5 - 10 1 : 2 - 4		0-15
Cancellation rate	3 : 10-15% 2 : 5-10% 1 : <5%		15-25
Total Spending (within 24 months)	5 : >100,000 THB 4 : 80,000-100,000 THB 3 : 50,000-80,000 THB 2 : 30000-50,000 THB 1 : <30,000 THB		26-35
			36-45

# THANK YOU

A group of four young adults—two men and two women—are standing together and smiling at the camera. They are all wearing casual clothing, such as t-shirts and hoodies, and some have lanyards around their necks. The background is a plain, light gray.

A group of four young adults—two men and two women—are standing together and smiling at the camera. They are all wearing casual clothing, such as t-shirts and hoodies, and some have lanyards around their necks. The background is a plain, light gray.

## MEMBER

6420422018 PIMCHAYANAN KUSONTRAMAS

6420422020 SORAWIT SINLAPANURAK

6420422027 THERAMED BOONROD

6410422035 SASITHORN SIRINTRAWUTTHIWONG

6420422025 NATTAPONG TANTRAKUL

