



CHARLET

ювелирный бутик

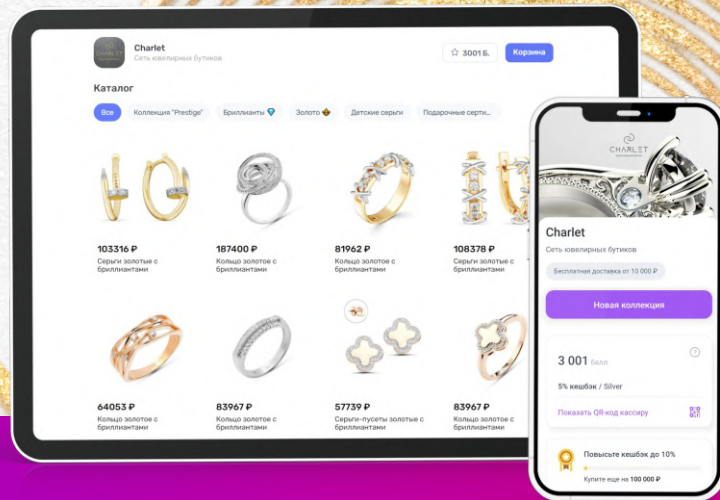
Ювелирный салон  
в Республике  
Карелия

**Владельцы:**

Наталья  
Павлова,  
Галина  
Степанова

**Специалист  
по внедрению:**

Рыжакова  
Юлия



Дата запуска UDS:  
15.09.2020

Дата информации:  
15.01.2022

# О КОМПАНИИ

Ювелирный салон «Charlet» находится в Республике Карелия г. Сортавала.

Это семейный бизнес, основанный в 1998 году.

Концепция бренда – подчеркивание естественной красоты в разных ситуациях при помощи украшений.

В салоне представлены современные украшения, которые отражают модные тенденции, комбинируются с типом внешности, знаком зодиака, характером и не только.

ПРОМОКОД UDS



Ювелирные украшения из золота и серебра в Карелии.  
Роскошные Бриллианты.  
Подбор украшений на каждый день и особенные случаи.



# CHARLET

ювелирный бутик

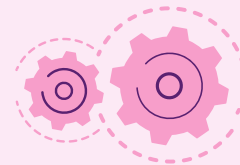


qduf3279

 charlet\_jewelry

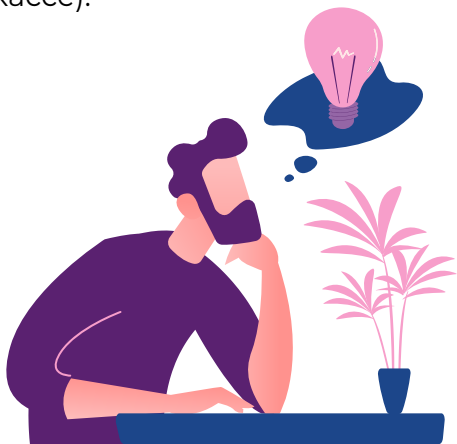
 charlet.ru

# НАСТРОЙКИ ПРОГРАММЫ



## ДО ВНЕДРЕНИЯ UDS

- Система лояльности в учетной системе 1С.
- Бонусные виртуальные карты привязанные по номеру телефона к клиенту + 15% прямая скидка
- Функционал текущей системы не позволял проводить работу с клиентской базой или для этого требовался дополнительный бюджет, например на рассылки смс.
- Клиенты не знали о своих выгодах и преимуществах, даже не знали свой баланс бонусов (только от продавца на кассе).



## ЗАДАЧИ

- ✓ Апгрейдить программу лояльности с целью сокращения затрат на прямую скидку и роста повторных визитов.
- ✓ Сформировать подписную базу со встроенными инструментами коммуникаций для бесплатных рассылок клиентам.
- ✓ Создать современную онлайн «упаковку» сети, быть мобильно представленными.
- ✓ Получать стабильно обратную связь от клиентов в момент покупки с целью роста лояльности клиентов салона.
- ✓ Получить практику онлайн-заявок на ювелирные изделия не только на сайте, но и в мобильном приложении.
- ✓ Оцифровать «сарафанное радио», управлять им и приростать в базе благодаря ему.
- ✓ Проводить стимуляции клиентской базы через коллаборации с партнерами, сертификаты, конкурсы и т.д.

# РЕАЛИЗАЦИЯ

Срок действия бонусов –  
24 месяца с момента  
последней покупки



2022 приветственных  
баллоа



Cashback от 5 до 10%



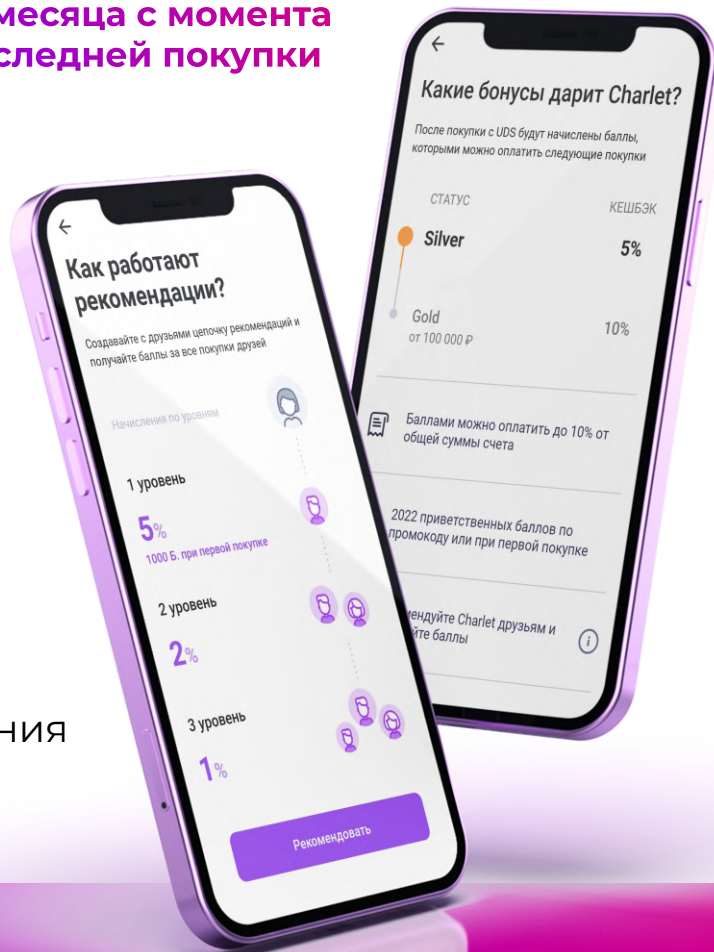
«Наше спасибо»  
за рекомендацию –  
1000 баллов



Списание – до 10% от чека



1000 баллов на День рождения  
за 5 дней до события



Подробности  
смотрите в приложении **uds**



# РЕЗУЛЬТАТ С 15 сентября 2020 ПО 15 января 2022:

- ✓ С 15 сентября 2020 года оцифровано клиентов **6 057**. Из них:
  - являются покупателями **2 318 (38,3%)**, то есть получили карту салона в приложении (авторизованы)
  - **3 386** контактов импортированы в базу из 1С (**56%** базы)
- ✓ Копят бонусы по номеру телефона без приложения **3 668** клиентов (**60,5%**).
- ✓ Кратность покупок клиентов, которые пользуются приложением **2,1** за **16** месяцев работы (то есть салон в среднем посещают **1** раз в полгода).
- ✓ Кратность покупок клиентов без приложения всего – **1,3** покупки. То есть вовлеченные клиенты покупают в **2** раза чаще.
- ✓ Размер среднего чека клиентов, скачавших приложение – **8 430 Р**, и **6 385 Р**, то есть на **32 %** меньше у тех клиентов, кто не скачал приложение. У клиентов, которые отказались предоставить номер телефона средний чек всего – **4 650 Р**.
- ✓ **25,9%** клиентов, которые купили лишь **1** раз, принесли **40,7 %** выручки от суммарного значения, проведенного в UDS. **9,9%** клиентов, которые сделали 2-3 покупки за анализируемый период принесли магазину **37%** выручки. Самая немногочисленная группа клиентов, которые посещали салоны **4** и более раз, составляет всего **2,4%** базы и принесла **31%** выручки.
- ✓ Количество операций в программе (чеков через UDS) – **4 907** покупок.
- ✓ Фактическая скидка за весь период **3%**. При этом суммарное значение в настройках около **20%**. Непотраченные клиентами баллы (экономия на скидке) – **22,3%** от выручки.
- ✓ Глубина рекомендаций **4** поколения. Продажи есть на 3-ем уровне.
- ✓ Салон получил новых клиентов в базу по рекомендациям, усилиями текущих лояльных пациентов – **187** контактов, из них сделали покупку уже **30** чел. (**16%** или каждый шестой клиент).
- ✓ Собрано оценок качества обслуживания **651**, средняя оценка **5/5**.

## ЭКОНОМИЯ:

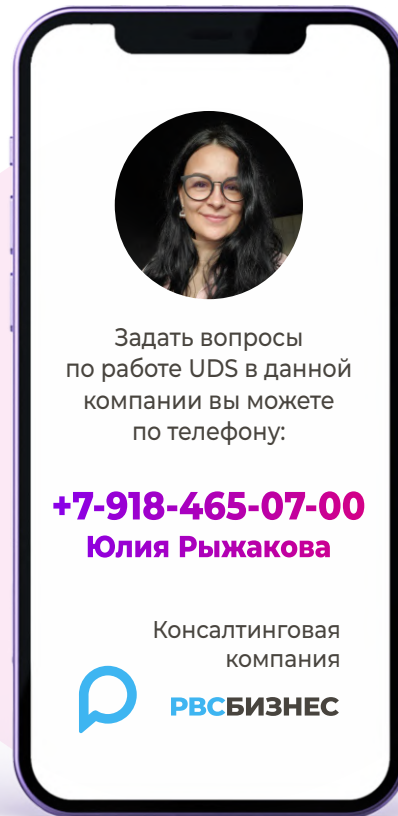
- ✓ на печати карт и покупке картридеров: **60 585 Р**
- ✓ за счет отказа от прямой скидки **6 681 515,99 Р**
- ✓ на разработке собственного мобильного приложения: **360 000 Р**
- ✓ на рассылках в день рождения: **22 713 Р**
- ✓ на выпуске сертификатов: **50 789 Р**

## ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ДОХОД

- ✓ за счет «сарафана» – **453 601 Р**
- ✓ за счет использования UDS, как канала трафика **2 427 553 Р**
- ✓ за счет применения кросс-маркетинга – **232 032 Р**
- ✓ стимуляция сертификатами – **529 047 Р**
- ✓ кросс-маркетинг с двумя компаниями **38 650 + 223 032 = 261 682**
- ✓ розыгрыш в VK – **7734 Р**
- ✓ стритлайн баннер – **28 747 Р**

## ФАКТИЧЕСКИЕ РАСХОДЫ

- ✓ Бюджет на приобретение UDS – **1254\$ (94 000 Р)**
- ✓ Внедрение системы UDS, доп. сервисы – **60 000 Р**
- ✓ Бюджет на программу лояльности: **1 037 357 Р** (скидка общая на лояльность)
- ✓ Скидка при применении электронных сертификатов **38 945 Р**
- ✓ Мотивация сотрудников (премии) ~ **15 000 - 20 000 Р/мес.**



**Итоговый профит  
компании – 3 300 000 Р**

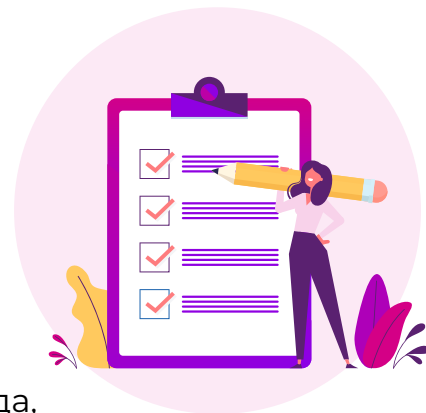
# ДЕЙСТВИЯ ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТА

- ✔ Сотрудничество с командой PBC (профессиональное внедрение UDS): разработаны/просчитаны настройки и условия бонусной программы подготовлено локальное брендрование помещения салона (тейбл-тент, листовки с уникальным промокодом, буклеты с инструкцией об авторизации в программе лояльности)подключены сервисы Helper для управления акциями, в том числе сгораемые балла на день рождения, Таплинк для Инстаграм для информирования клиентов о выгодах покупок в салонах Charlet
- ✔ Выполнена интеграция с 1С
- ✔ Введена строгая дисциплина 100% транзакций через UDS.
- ✔ Покупки клиентов без приложения регистрируются в системе по номеру телефону.
- ✔ Максимальное использование функционала программы на тарифе PRO (визуальное оформление приложения, настройки бонусной программы, автоответы, галерея услуг, push).
- ✔ Персонал получил обучение по основным блокам: программа лояльности, технические вопросы, скрипты и речевые конструкции.
- ✔ Налажен кросс-маркетинг с компаниями, расположенными в городах присутствия салонов.
- ✔ Налажен выпуск электронных сертификатов, в том числе подарочных.
- ✔ В социальных сетях, на сайте и в приложении UDS предусмотрено оповещение клиентов о программе лояльности.
- ✔ В социальных сетях проводятся конкурсы и другие активности.



# ПЛАНЫ ПО ДАЛЬНЕЙШЕМУ РАЗВИТИЮ

- ✓ Развивать текущую клиентскую базу за счет стимулирования рекомендаций, осуществить сегментацию базы.
- ✓ Использовать регулярные рассылки push-уведомлений с анонсированием акций и событий, разъяснением выгод программы лояльности.
- ✓ Проводить различные конкурсы и иные активности в социальных сетях.
- ✓ Использовать автоматическую раздачу электронных сертификатов для повышения среднего чека.
- ✓ Развивать онлайн-заказы через приложение и дистанционное оказание услуг.
- ✓ Использовать кросс-маркетинг с компаниями своего города, в том числе через сертификаты для партнеров.
- ✓ Стримы (прямые трансляции для продаж) с подключением приложения зрителям для совершения заказов и получения подарков.



## ОСОБЕННОСТИ

Работа салона «Charlet» осуществляется в условиях высокой конкуренции с крупными сетевыми ювелирными компаниями. Внедрения UDS проводилось одновременно с ребрендингом компании. Со стороны компании было максимальное включение собственника компании и маркетолога.

