

СЕМЕЙНОЕ КАФЕ



**ГОГОЛЬ
МОГОЛЬ**
КАФЕ & ГРИЛЬ

Г. БЕРЕЗНИКИ, ПЕРМСКИЙ КРАЙ

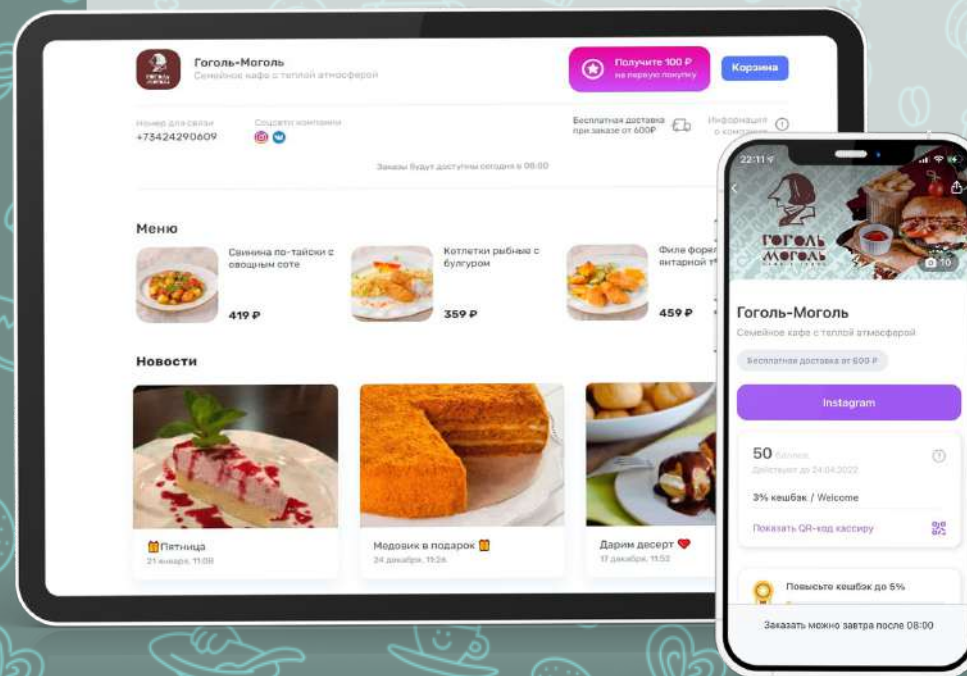


СПЕЦИАЛИСТ ПО ВНЕДРЕНИЮ
ИРИНА ВОРОНОВА

Дата информации:
26.12.2021

“Собираемая статистика позволяет видеть, все что происходит в бизнесе. Благодаря UDS узнали реальное мнение гостей о работе нашего кафе. Это даже хорошо, что есть не только пятерки. Мы знаем как теперь с этим работать. Мы доверились и не разочаровались. Получить готовый результат - это идеальный вариант, который не отнимает время, его и так не много в текущей работе”.

Опарина Ирина Вячеславовна
УПРАВЛЯЮЩАЯ



О КОМПАНИИ

Кафе “Гоголь- Моголь” работает в городе Березники, Пермский край с апреля 2015 года. Численность жителей города - 137 тыс. чел.

Семейное кафе с теплой атмосферой и изысканной кухней.

Основное меню: русская и европейская кухня; гриль-меню; авторские блюда от шеф-повара; детское меню; бизнес-ланчи, бранчи, завтраки.



mdxv1264



gogolmogol.uds.app
gogolmogol-59.ru



[@gogolmogol_59](https://www.instagram.com/gogolmogol_59)



ДО ВНЕДРЕНИЯ UDS

- Отсутствие оцифрованной клиентской базы и CRM-системы.
- Отсутствие прямого канала связи с клиентами.
- Отсутствие аналитики покупательской активности.
- Отсутствие регулярных акций и активностей с клиентами.
- Маркетинговые затраты: высокие (в среднем - 100 000 руб. в месяц)

ОСОБЫЕ УСЛОВИЯ

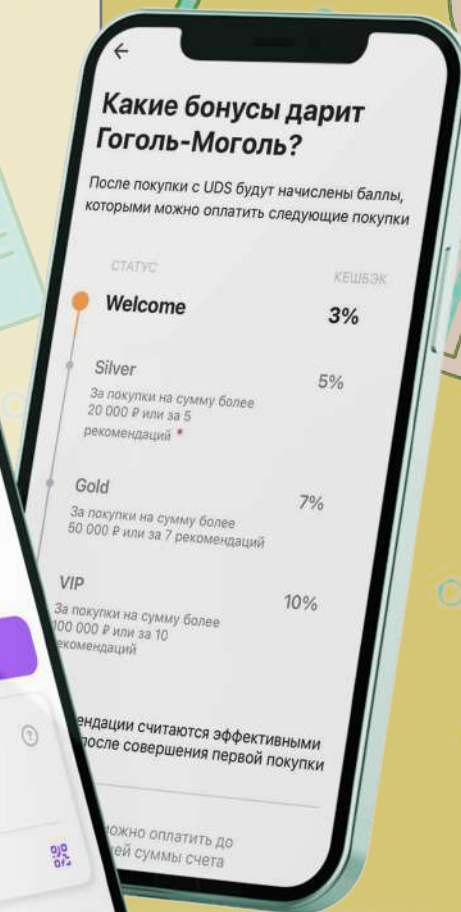
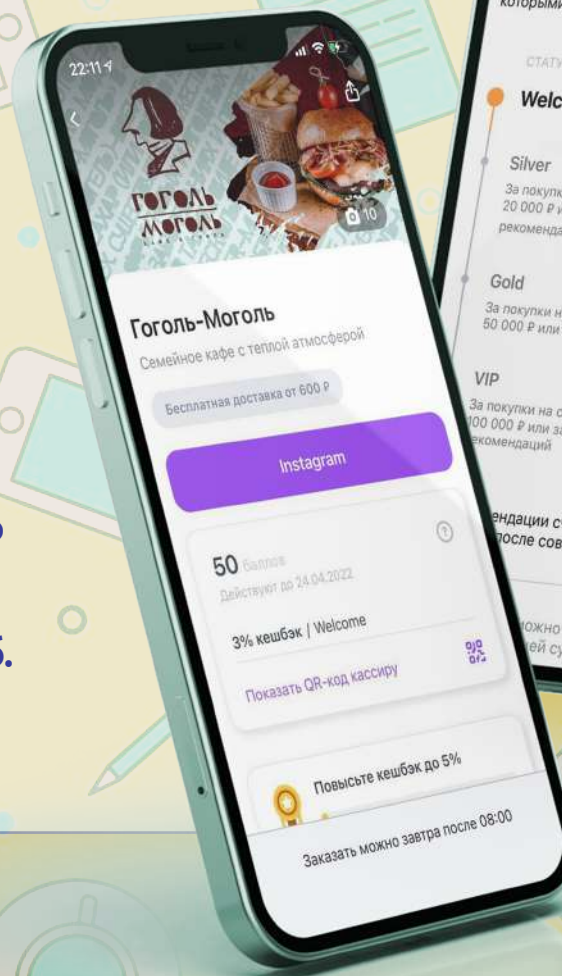
Заведение работает с физическими и юридическими лицами, проводятся банкеты, комплексные завтраки и обеды, а также регулярные акции при заказах как непосредственно в кафе, так и при заказах на доставку. Особые условия сформированы таким образом, чтобы максимально урегулировать загрузку заведения

ЗАДАЧИ

- ▶ Создание цифровой клиентской базы через раздачу цифровых бонусных карт.
- ▶ Расширение клиентской базы через реферальный маркетинг - рекомендации клиентов и кросс-партнерство с другими компаниями на платформе UDS.
- ▶ Возврат, удержание клиентов, снижение оттока через внедрение бонусной программы лояльности, работу с обратной связью, собранную механикой получения оценок и отзывов клиентов после визита или заказа.
- ▶ Стимулирование получения отзывов на онлайн-площадках (на Яндекс, Google, Картах 2GIS, в соцсетях и т.д.) и в приложении.
- ▶ Снижение затрат по прямым скидкам и рекламе за счет перехода на кешбэк систему. Частичный отказ от действующих акций

РЕАЛИЗАЦИЯ

- Приветственные бонусы - 100 баллов.
- Накопительный cashback - от 3% до 10%.
- “Наша благодарность” за рекомендации = 50 баллов при первом визите друга
 - + 3% на 1-м уровне
 - + 1% на 2-м уровне
 - + 1% на 3-м уровне рекомендаций.
- Списание суммы чека баллами - до 50%
- Срок действия бонусов - 12 месяцев с момента последней оплаты.
- Баллы в день рождения - 500 баллов за 7 дней до события.
- Минимальный заказ через приложение – 500 руб.
- Бесплатная доставка от 600 р.



РЕЗУЛЬТАТЫ

- ◆ Оцифровано клиентов 5857. Из них являются покупателями 4891 (83%), то есть получили карту в кафе.
- ◆ Копит бонусы по номеру телефона без приложения 2101 клиент (35,8%).
- ◆ Доля постоянных клиентов, совершивших от 4 до 19 визитов - 14,5 % человек, которые принесли в бизнес 36,4 % от выручки. Доля лояльных клиентов, количество покупок от 20 до 275 составила 2,2 %, при этом выручки, принесенная данной категорией 22,4%.
- ◆ Фактическая скидка за весь период 2 %. При этом суммарное значение в настройках 17%. Прямая скидка составила бы более 5%.
- ◆ Глубина рекомендаций 6 поколений. Продажи есть на 5 уровне. Доля клиентов в базе, пришедших по рекомендации - 6,8 %. Конверсия в покупку 48 %. Фактически каждый второй клиент, пришедший по рекомендации, сделал заказ. Доля выручки от клиентов по рекомендации- 3,4 % от всей выручки.
- ◆ Собрано 1407 оценок качества обслуживания, средняя оценка 4,5 /5.
- ◆ Трафик из Instagram составил - 213 555 руб.
- ◆ Благодаря полиграфии получен товарооборот 3 837 714 руб.
- ◆ Получено заказов через приложение на сумму 892 528 руб.

КЛИЕНТЫ

20-275 визитов

2,2%

4-19 визитов

14,5%

2-3 визита

20,3%

0 визитов

16,0%

1 визит

47,0%

ВЫРУЧКА

20-275 визитов

22,4%

4-19 визитов

36,4%

1 визит

21,0%

2-3 визита

20,2%

РЕЗУЛЬТАТ РАБОТЫ UDS

ЭКОНОМИЯ:

- ▶ на выпуске дисконтных карт и приобретении картридера - 73 570 руб.
- ▶ на разработке собственного мобильного приложения 420 000 руб.
- ▶ на создании собственного интернет-магазина 130 000 руб.
- ▶ на смс-рассылках - 128 854 руб.
- ▶ на выпуске сертификатов и их печати - 35 410 руб.
- ▶ на прямой скидке - 1 837 316 руб.

ЗАТРАТЫ:

- бюджет на приобретение и внедрение UDS 154 604 руб.
- бюджет на программу лояльности 676 867 руб. (потрачено бонусов)
- на акции по сертификатам - 9000 руб.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ДОХОД:

- рафик платформы UDS - 2 148 863 руб
- выручка от клиентов по рекомендации - 1 375 926 руб.
- выручка от применения электронных сертификатов - 39 392 руб.
- получено заказов через приложение на сумму 892 528 руб.
- выручка от сервиса Join 39 151 руб.

ПРОФИТ ОТ ВНЕДРЕНИЯ UDS: 5 470 539 руб.



**ИРИНА
ВОРОНОВА**

СПЕЦИАЛИСТ
ПО ВНЕДРЕНИЮ

Консалтинговая
компания
"РВС-Бизнес"

+79604850024

ДЕЙСТВИЯ



- 1. Внедрение силами профессиональных внедренцев на протяжении 3 мес.**
- 2. Введена строгая дисциплина 100% транзакций через UDS. Покупки клиентов без приложения регистрируются в системе по номеру телефону.**
- 3. Максимальное использование функционала программы на тарифе PRO (визуальное оформление приложения, настройки бонусной программы, автоответы, электронное меню, push).**
- 4. Налажен дополнительный источник поступления заказов - через приложение UDS.**
- 5. Выполнен комплекс по брендированию: локально в помещении кафе, а также упаковки для доставки (тейбл-тенты, листовки и буклеты с инструкцией об авторизации в программе лояльности и с уникальным промокодом).**
- 6. В социальных сетях, на сайте и приложении UDS предусмотрено оповещение клиентов о программе лояльности, а также записаны видео ролики.**
- 7. Консультирование клиента в постпродажный период осуществляется специалистом по внедрению PBC-Бизнес.**

ПЛАНЫ ПО РАЗВИТИЮ

1. Развивать текущую клиентскую базу за счет стимулирования рекомендаций.
2. Использовать регулярные рассылки push-уведомлений с анонсированием акций и событий, разъяснением выгод программы лояльности.
3. Проводить различные конкурсы и иные активности в социальных сетях и через пуш рассылки.
4. Стимулировать клиентскую активность, за счет применения электронных сертификатов.
5. Развивать онлайн-заказы через приложение и доставку.
6. Подключение функционала онлайн чаевых.
7. Использовать кросс-маркетинг с компаниями своего города.

Дополнительно:

Профит от использования UDS за 6 месяцев в 6,5 раз превысил затраты на приобретение, внедрение и использование UDS

