

# точка а

## ДО ВНЕДРЕНИЯ UDS:

- Компания на платформе UDS с мая 2020 года. Работали самостоятельно 4 года. С апреля 2024 подключили специалистов по внедрению
- Программа лояльности работала не эффективно.
- Клиентская база велась не качественно
- Обучение персонала не проводилось
- . Отсутствовали промо-материалы для покупателей
- Не работали с повторными покупками в системе, фокусировались на привлечении новых клиентов, а не на удержание существующих

## ПОСТАВЛЕННЫЕ ЗАДАЧИ:

- Разработать эффективную стратегию программы лояльности
- Грамотно рассчитать бонусную программу и другие акции
- Правильно настроить и запустить реферальную программу
- Привлечь новых клиентов
- Увеличить качество работы сотрудников с ПЛ\*
- Настроить коммуникации с гостями, используя все каналы ПЛ\*
- Создать акции и розыгрыши для привлечения покупателей
- Создать автоматизрированные воронки выдачи подарочных сертификатов для увеличения повторных покупок
- Увеличить средний чек
- Увеличить возвратность гостей

## настройки:

# УСЛОВИЯ ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ



#### Новичкам:

100 баллов за регистрацию



### Статусы ПЛ\*.

### Кешбэк по уровням:

- 1) 2%, 2) 3% 3) 4%
- 4) 4,1% 5) 4,2%



#### Списание баллов:

От 5% до 15% от суммы покупки на всех статусах ПЛ\*



#### Срок действия бонусов:

12 месяцев



## Баллы за рекомендацию:

+2%, +0,5%, +0,3% от суммы чека с трех уровней рекомендаций знакомых и друзей



#### Подарок ко дню рождения:

Сертификат 500 баллов, списание 20% от суммы чека, срок действия 10 дней



#### Возврат из оттока:

Напоминание спустя 25 дней с даты последней покупки сертификатом на 300 бонусов



#### Баллы за отзывы:

Дарим 100 баллов за отзыв на 2GIS

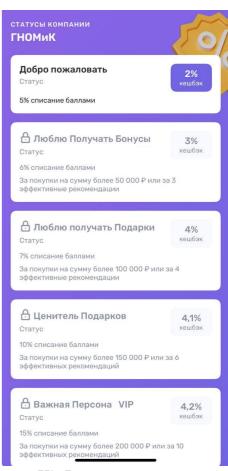


#### Кросс-маркетинг:

Проводили коллаборацию с несколькими компаниями в городе.

+ 215 клиентов в базу

Для сотрудничества использовали внутренние механики UDS - автоматизированные сертификаты партнёрам



ПЛ\* - Программа лояльности

# ДЕЙСТВИЯ ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТА

## Со стороны Внедренца:

- Эффективное обучение сотрудников
- Оцифровка клиентской базы и стимуляция активности гостей
- Привлечение новых гостей за счет рекомендаций и кросс-маркетинга
- Увеличение выручки в бизнесе за счет роста количества гостей, среднего чека и возвращаемости гостей, рост количества покупок
- Коммуникация с гостями через push-уведомления и автоматическое поздравление гостей
- Создание новой системы лояльности для гостей
- Создание точки присутствия компании в телефоне гостя через мобильное приложение
- Ежемесячная RFM-аналитика



Ежемесячная активность с клиентской базой: вовлечение в программу лояльности, конкурсы, розжиг сарафанного радио

## Со стороны бизнеса:

Качественное обучение сотрудников

Размещение визуальной • информации о ПЛ \*

Ведение соц. сетей с

> контентом о ПЛ\*

Вовлеченность директора во **>** все процессы

Влияние руководителя на сотрудников для проведения операций через UDS

# точка б

## РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 4 ГОДА

Всего клиентов в CRM:

9831

импорт клиентской базы 0 клиентов

Оцифровано:

4 273 (43%)

Совершили покупки:

9 224 (94%)

**Средний чек:** 671 ₽

Общее количество новых клиентов по рекомендациям 147, из них

Купили 73

Количество покупок с картой лояльности: 37 544 шт.

Среднее кол-во повторных покупок на 1клиента:

4,07

Фактическая скидка: 3.04%

Глубина рекомендаций: 4 ПОКОЛЕНИЯ

Получено оценок качества:

580

Выдано сертификатов за 2024 год :

27 135 шт.

Выручка по сертификатам: 170 000 ₽

Экономия за счет отказа от прямой скидки: 418 821 ₽

Дополнительный доход от клиентов по рекомендациям: 354 000 ₽

Дополнительный доход от новых клиентов с платформы UDS: 1 940 000 ₽

3 480 000 **Р** 



© Специалисты по внедрению:
Денис Еловиков