

# ТПК

Автозаправочные  
станции



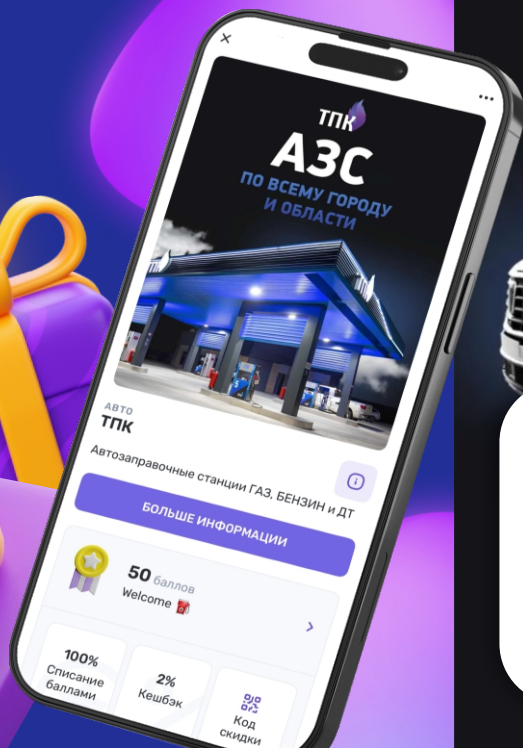
г. Тюмень



Дата запуска UDS:  
19.03.2019



Дата информации:  
02.02.2025



ТПК

# ТОПЛИВО ПРЕВОСХОДНОГО КАЧЕСТВА

✓ БЕНЗИН

✓ ГАЗ

✓ ДИЗЕЛЬ



БОНУСНАЯ  
КАРТА UDS



КЕЙС  
uds

До внедрения в компании существовала только система топливных карт, по которым клиент мог получить кешбэк разного размера в зависимости от вида запрашиваемого топлива. Упразднить данные карты компания не хотела, так как это хорошо влияло на продажи и удержание клиентов. Компания быстро масштабировалась и требовались новые цифровые инструменты работы с клиентами. UDS планировалось использовать, как расширение существующей программы лояльности

Возможность копить баллы по статусам карт, возможность копить баллы с покупок друзей, возможность до 100% оплачивать баллами свой чек. Гипотеза заключалась в том, что гибкость программы позволит увеличить возвращаемость и лояльность текущих клиентов

В компании отсутствовала CRM-система, собирающая контакты клиентов и статистику по покупкам

Отсутствовали инструменты для коммуникации с клиентами

Оценка качества сервиса не велась

В приоритете стояли задачи также продвижения сопутствующих услуг компании, рост среднего чека

Оценка эффективности каналов рекламы не велась системно

# ПОСТАВЛЕННЫЕ ЗАДАЧИ

- ✓ Увеличение доли постоянных клиентов и снижение оттока
- ✓ Формирование и расширение клиентской базы
- ✓ Экономия на прямых скидках, переход на бонусную систему
- ✓ Контроль качества и получение регулярной обратной связи
- ✓ Сбор статистики для принятия новых управленческих решений
- ✓ Получение бесплатного канала коммуникаций (рассылки без бюджета)
- ✓ Расширение продуктовой линейки (услуги по установке и ремонту ГБО, продажи сопутствующих товаров в магазинах, услуги автомойки, заправка баллонов)



## ПЛАТФОРМЫ ПРОГРАММЫ

### ЛОЯЛЬНОСТИ И НОСИТЕЛИ КАРТ

Отметьте один или несколько вариантов  
какие механики программы лояльности  
подключены бизнесу

- ☒ Карта в мобильном приложении  
UDS
- ☐ Карта в кошельках Apple Wallet /  
GPay
- ☐ Карта в Telegram-bote
- ☒ Начисление баллов по номеру  
телефона



## Новичкам:

50 баллов



## Статусы ПЛ\*.

### Кешбэк по уровням:

Welcome 2%

Дави на газ 2,2%

Полный вперед 2,4%

Поехали 2,6%



## Списание баллов:

до 100%



## Срок действия

### бонусов:

бессрочно



## Баллы

### за рекомендацию:

единоразово

30 баллов,

на постоянной

основе 0,5%, 0,1%, 0,1%

от суммы чека

в три круга друзей



## Возврат из оттока:

сертификат на 100

баллов на 7 дней,

списание 100% от чека.

Получают клиенты,

которые не делали

покупок 30 дней

и более



## Стимулирование

### постоянных клиентов:

при суммарных

покупках на 10000 Р

за 30 дней, выдается

сертификат на 100

баллов на 14 дней,

списание 100%

от чека



## Подарок ко дню

### рождения:

сертификат на 100

баллов за 1 день

до дня рождения,

действует бессрочно,

списание 100% от

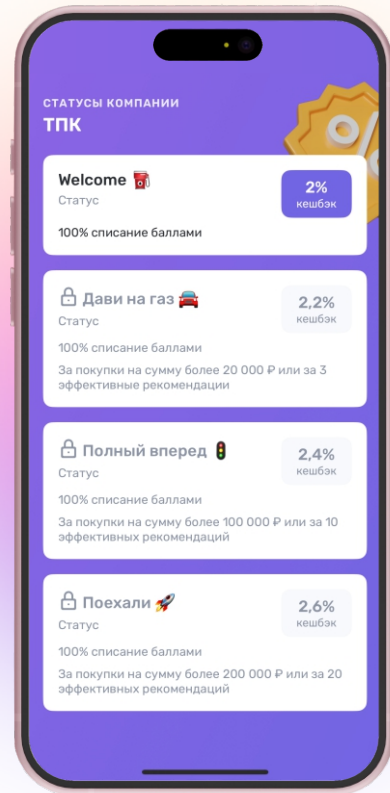
суммы чека



## Интеграция:

с системой учета

«Доза Сервис»



\*ПЛ – программа  
лояльности

# ДЕЙСТВИЯ ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТА

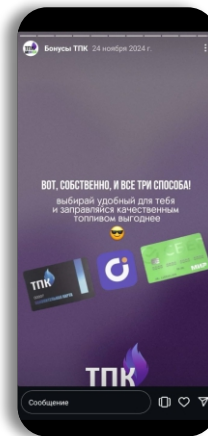
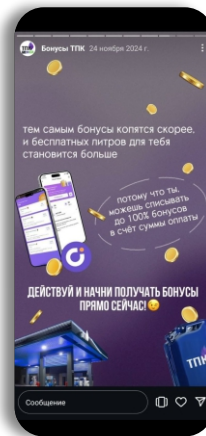
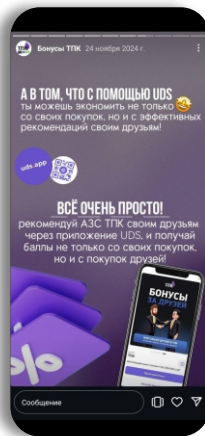
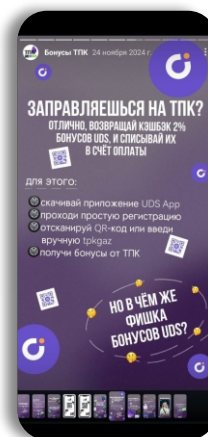
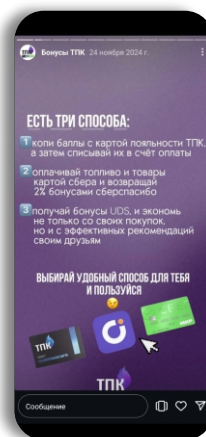
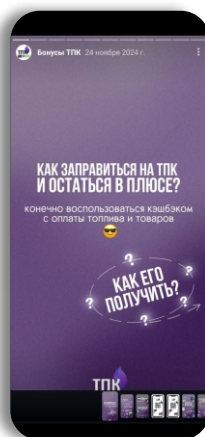
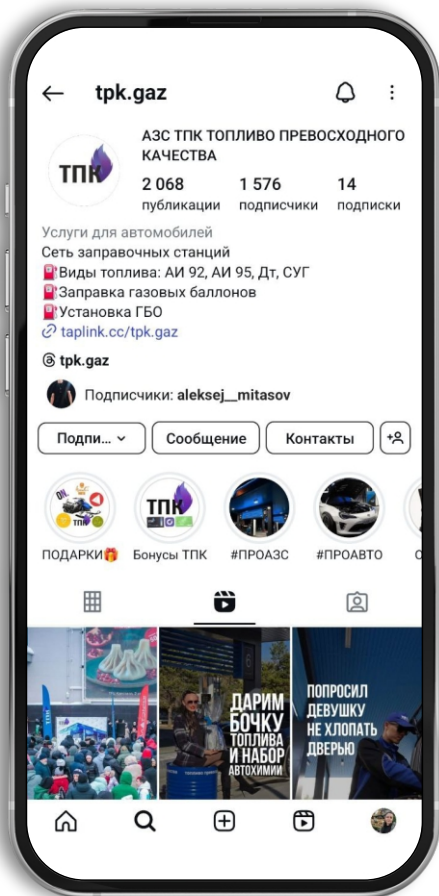
## Со стороны специалиста по внедрению

- › Разработана стратегия программы лояльности
- › Рассчитаны эффективные настройки бонусной программы с учетом существующих скидок
- › Качественно и продающе заполнен профиль компании в приложении UDS
- › Каждый канал трафика был промокодирован
- › Подготовлен комплект промоматериалов и текстов для первых рассылок, анонсирования запуска в онлайн-каналах
- › Проведено обучение ответственных лиц компании по работе с UDS, даны рекомендации как оперативно регистрировать клиентов в программе и как быстро проводить оплаты параллельно с работой существующей топливной картой



## Со стороны бизнеса

- › Вовлеченность руководителя в процессы на старте и четкое делегирование задач
- › Интеграция с системой учета «Доза Сервис»
- › Локальная реклама программы лояльности в точках продаж (брендирование: плакаты, наклейки, листовки)
- › Размещение информации о бонусной программе в социальных сетях с индивидуальными промо-ссылками
- › Системные рассылки по контент-плану привлеченным SMM-специалистом
- › Обучение клиентов использованию бонусной карты – понимание механик и возможностей приложения
- › Привлечение профессиональных специалистов по внедрению для получения рекомендаций и аудита личного кабинета, сотрудничество в рамках консалтингового договора



# РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 5 ЛЕТ:

**Всего контактов  
в CRM:**

27 253

**Оцифровано новых  
участников ПЛ\*:**

22 529 (83%)

**Совершили  
покупки:**

19 371 (71%)

**Среднее кол-во  
повторных покупок  
на 1 клиента:**

21,6

**Количество  
покупок с картой  
лояльности:**

418 912 оплат, 97%

**Фактическая  
скидка:**

2,37%

**Сарафан.  
Количество  
новых клиентов  
по рекомендациям:**

4 501, купили  
2 118 (47%)

**Глубина  
рекомендаций:**

9 поколений

**Средний чек:**  
980 Р

**Получено оценок:**  
40 353

**Получено отзывов:**  
1 971

**Выдано  
сертификатов:**  
52 538,  
2 235 использовано

**Экономия  
на кешбэке:**  
4 673 668 Р

**Выручка:**  
по сертификатам –  
911 724 Р

по рекомендациям –  
77 352 180 Р

по внешним  
источникам  
трафика:  
соцсети –  
363 303 Р  
конкурс UDS –  
1 139 235 Р

кросс-маркетинг –  
133 979 Р

от новых клиентов  
с платформы UDS:  
UDS App –  
72 613 694 Р  
UDS Promotion –  
5 838 919 Р

реклама UDS –  
241 998 Р

# ТОЧКА Б



**Клиент:**

Олег Паршин



**Партнер UDS:**

Екатерина Шорохова



**Специалист  
по внедрению:**

Юлия Рыжакова,  
Сабир Хайретдинов



**ОБЩАЯ  
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ВЫГОДА:**

**163 268 629 Р**