

Студия загара и красоты

Жара

📍 г. Иркутск

🚀 Дата запуска UDS:
04.04.2023

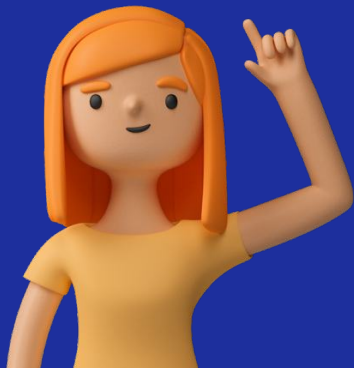
📅 Дата информации:
17.01.2025



ТОЧКА А

ДО ВНЕДРЕНИЯ UDS:

Компания использует прямые
скидки на услуги;
Ведут социальные сети;
Клиентская база отсутствует



ПОСТАВЛЕННЫЕ ЗАДАЧИ:

1.

Создать мобильное приложение для
использования современных
маркетинговых инструментов

2.

Оцифровать клиентскую базу

3.

Коммуницировать с клиентской базой

4.

Привлечь новых гостей

5.

Провести анализ работы источников трафика

6.

Собирать объективную обратную связь

7.

Создать прозрачную реферальную систему
для клиентов

8.

Увеличить количество повторных
покупок



Платформы ПЛ
и носители карт:

- карта в мобильном приложении UDS
- начисление баллов по номеру телефона



Новичкам:

100 баллов за
регистрацию,
списание сразу



Статусы ПЛ*.
Кешбэк по уровням

Тепло - 5%
Жарко - 7%
Пошла жара - 10%



Списание баллов:

Тепло - 4%
Жарко - 6%
Пошла жара - 8%



Срок действия бонусов:
бессрочно



Баллы за рекомендацию:
На постоянной основе
3%, 1% и 1% от суммы чека
в три круга друзей



Подарок ко дню рождения:
Сертификат на 1000 баллов,
срок действия - 14 дней, списание 20%



Премия сотрудникам:
8% с продаж через UDS



Сертификаты для привлечения:
Кросс-маркетинг с компаниями
Cofix, Love Bicini.
Выручка компании - 9 456 Р

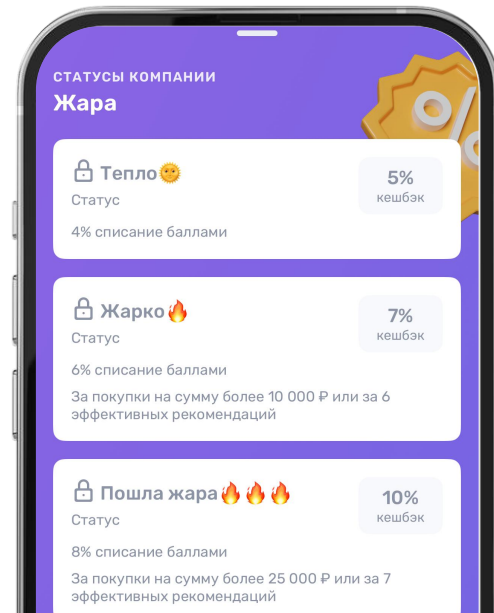


Баллы за отзывы
100 баллов



Интеграция: UDS Кассир

ПЛ* - программа лояльности



ДЕЙСТВИЯ ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТА

Со стороны внедренца:

- Комплексное внедрение программы лояльности
- Инструкции для персонала
- Брендирование точек продаж
- Персоналу донесена ценность проведения более 70% транзакций с использованием программы лояльности
- Секретный ингредиент



Со стороны бизнеса:

- ▼
Тест разных гипотез
- ▼
Посещение публичных мероприятий UDS
- ▼
Брендирование всех рекламных каналов
- ▼
Публикация новостей о программе лояльности в социальных сетях
- ▼
Вовлеченность управленцев бизнеса
- ▼
Мотивация персонала
- ▼
Сильные управленческие решения и открытость к новым инструментам

ТОЧКА Б

РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 1,5 ГОДА:

Всего контактов
в CRM:
2 752

Оцифровано новых
участников ПЛ*:
2 448 (89%)

Совестили
покупки:
2 029 (74%)

Сарафан. Количество
новых клиентов
по рекомендациям:
27, из них купили 10

Глубина
рекомендаций:
3 поколения

Выручка
по рекомендациям:
24 135 Р

Фактическая скидка:
5,07%

Количество покупок
с картой
лояльности:
12 192

Среднее кол-во
повторных покупок
на 1 клиента:
6,01

Выдано
сертификатов:
8 562

Выручка по
сертификатам:
74 552 Р

Получено оценок:
431

Получено отзывов:
55

Средний чек:
1 399 Р

Экономия за счет
отказа от прямой
скидки:
229 940 Р

Выручка
от новых клиентов
с платформы UDS:
436 285 Р

Выручка
от новых клиентов
по кросс-маркетингу:
26 512 Р

Выручка по внешним
источникам трафика:
131 319 Р

Экономия:
Отказ от рассылки смс
и печати пластиковых карт,
бумажных сертификатов,
экономия -
420 029 Р



Клиент:

Ирина Колмакова



Партнер UDS:

Денис Рудых



Специалист
по внедрению:

Денис Рудых

Качественное внедрение и сопровождение программы лояльности в агрегаторе - гораздо выгоднее моно - программы лояльности и может существенно увеличить выручку, популяризировать бренд, контролировать работу сотрудников не только в произношении скриптов но и замотивировать их увеличивать качественные показатели. Пока Вы знакомились с этим кейсом, показатели увеличились.

**ОБЩАЯ
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ВЫГОДА:**

1 342 844 Р