

точка а

ДО ВНЕДРЕНИЯ UDS:

- Компания на платформе UDS с 2017 года. Работали с UDS сразу с специалистами внедрения первый год. Далее самостоятельно
- Программа лояльности отсутствовала.
 Использовали прямые скидки
 - Клиентская база не велась
- Была подключена система скидок по пластиковым картам
- 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 гостей
- 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:

300 баллов за регистрацию



Статусы ПЛ*.

Кешбэк по уровням:

1) 1%, 2) 5% 3) 7%



Списание баллов:

10% от суммы покупки на всех статусах ПЛ*



Срок действия бонусов:

6 месяцев



Баллы за рекомендацию:

+1%, +0.1%, +0.1% от суммы чека с трех уровней рекомендаций знакомых и друзей



Подарок ко дню рождения:

Сертификат 300 баллов, списание 10% от суммы чека, срок действия 3 дня



Возврат из оттока:

Напоминание спустя 15 дней с даты последней покупки сертификатом на 100 бонусов



Баллы за отзывы:

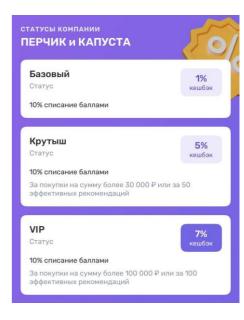
Дарим 100 баллов за отзыв на 2GIS



Кросс-маркетинг:

партнёрам

Проводили коллаборацию с несколькими компаниями в городе. + 1755 клиентов в базу Для сотрудничества использовали внутренние механики UDS - автоматизированные сертификаты



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 6 ЛЕТ

Всего клиентов в CRM:

11910

импорт клиентской базы 0 клиентов

Оцифровано:

6 116 (51%)

Совершили покупки:

8 450 (71%)

Средний чек: 890 ₽

Общее количество новых клиентов по рекомендациям 1 470, из них

Купили **760**

Количество покупок с картой лояльности: 20 990 шт.

Среднее кол-во повторных покупок на 1клиента: 2.50

Фактическая скидка: 2.47%

Глубина рекомендаций: 11 ПОКОЛЕНИЙ

Получено оценок качества:

1800

Выдано сертификатов за 2024 год :

12 800 шт.

Выручка по сертификатам: 370 000 ₽

Экономия за счет отказа от прямой скидки: 510 446 ₽

Дополнительный доход от клиентов по рекомендациям: 770 000 ₽

Дополнительный доход от новых клиентов с платформы UDS: 1 800 000 ₽

общая экономическая выгода: 3 771 000 Р



Клиент: Виктория Броникова

С Партнер UDS:Денис Еловиков

Специалисты по внедрению:

Денис Еловиков