

Пошаговый алгоритм запуска и развития программы лояльности у ритейлера



Идентифицировать покупателей

Регистрируйте покупателей везде, где можете: касса, приложение «Кошелек», онлайн-ресурсы и т.п. Подключайте как можно больше каналов.



Получить контактные данные покупателей

Стимулируйте покупателей оставлять контактные данные (моб. телефон и e-mail), получайте согласие на получение рассылок. Тогда вы сможете таргетированно информировать покупателей о самых выгодных акциях.



Собрать дополнительные данные от покупателей

Собирайте дополнительную информацию о покупателях для запуска персональных акций: даты рождения, информация про детей, наличие автомобиля или домашних питомцев, и другую информацию, доступную для сбора в Set Loyalty.



Провести диагностику

Повышайте выручку: анализируйте статистику, диагностируйте проблемы или возможности — и точно воздействуйте акциями на поведение сегментов покупателей.

Шаг 1

Шаг 2

Шаг 3

Шаг 4

Шаг 5

Шаг 6

Шаг 7

Шаг 8

Шаг 9

Повторять итерации, начиная с Шага 4



Скорректировать условия акций, план акций

Внесите изменения в условия акции, коммуникации или измените критерии подбора целевого сегмента. Определите даты подведения итогов акции после корректировок.



Оценить полученные результаты

Анализируйте полученные результаты по коммуникациям и запущенным акциям. Основная цель исследования — определить, достигнуты цели акции или нет. Если нет, то почему.



Поставить цели и подобрать акции лояльности

Выручка в упрощенном виде
 =
 Количество покупателей за период
 ×
 Средний чек за период
 ×
 Среднее количество визитов на покупателя за период.

Стимулируя увеличение каждого из параметров, вы работаете на увеличение выручки (подробнее в инфографике по увеличению выручки с помощью программы лояльности).



Информировать покупателей об акции

Проинформируйте покупателя о персонализированной акции: каналы вроде плаката в магазине не подойдут, так как нужно воздействовать на узкий сегмент. Вам помогут: массовые рассылки, автоматические рассылки по зафиксированному событию и каскадная отправка сообщений.

Полная версия статьи:

