



SetLoyalty

Управляйте
лояльностью ваших
покупателей



Что такое Set Loyalty

Set Loyalty – система для управления лояльностью покупателей.

Помогаем привлекать новых клиентов, удерживать текущих, увеличивать средний чек и стимулировать дополнительные покупки в **5 678** розничных и онлайн магазинах.





CDP:
инструменты работы
с данными ваших покупателей



Акции:
инструменты для настройки
механик лояльности

L SetLoyalty

4 блока и десятки возможностей



Коммуникации:
инструменты для настройки
массовых и таргетированных
коммуникаций



Аналитика:
отчеты для аналитики акций
и осознанного управления
программой лояльности

Наши клиенты

Продукты питания, напитки



VINLAB

БЫСТР:НОМ

ПОРТ МАРКЕТ

КАРАВАН

Холос Гурман



Стройка и товары для офиса

Вегос-М

ЭФИСТОН
МАРКЕТ

ДОМ
сеть магазинов

БЕЛЫЙ КРОЛИК

товары для животных

БУБЛЬ ГУМ

детские товары

МЕГАХОНА®

одежда из Европы

SWED HOUSE

мебель и аксессуары
для дома

География клиентов

Россия



Буквое^д

БЕЛЫЙ КРОЛИК

МЕГАХОНА®

Лотос Гурман

СИГМА
ГИПЕРМАРКЕТ



ВИНЛАБ

ЧИТАЙ
ГОРОД

БЫСТР:НОМ

ПОРТ МАРКЕТ

КАРАВАН

Буль^о Гум



Вегос-М

SWED
HOUSE

Казахстан

Dina

LACOSTE

ВКУСВИЛЛ

Узбекистан

baraka
market

magnum

Zahratun
supermarket

Беларусь

гиппо

офиссон
МАРКЕТ

Почему выбирают **Set Loyalty**

Маркетологи



Оптимальная
стоимость и оплата
только нужного
функционала



Простой в
использовании
интерфейс



100+ механик от
скидок и бонусов до
фишечных акций



Комплексная
аналитика по
30+ метрикам



База знаний с
кейсами и
полезными
материалами



Обучаем
пользоваться
системой **с нуля** и
всегда остаемся на
связи

Почему выбирают **Set Loyalty**

IT-специалисты



Высокая доступность,
счетчики и
ограничения



Работа акций
в оффлайне



Гибкие
варианты
инсталляции



Единое окно
поддержки для
продуктов Set



Установка в течение
месяца (рекорд - 2
недели)



Бесплатное β-
тестирование новых
функций

Настраивайте механики за 5 минут

Делаем понятный и удобный интерфейс, чтобы все, кто работает с системой запросто могли ей пользоваться.



Подсказки,
которые подсветят
неочевидное



Инструкции
подробно расскажут
что делать



Дизайн интерфейсов
вдохновлен лучшими
мировыми практиками

Взаимодействие с другими акциями

- Запретить списание бонусов на товары по этой акции
- Запретить начисление бонусов на товары по этой акции
- Не применять другие скидки к товарам, получившим скидку по этой акции
- Всегда суммировать результат с другими акциями, используя цены ранее рассчитанных акций

Приоритет

1

на

НА

Ограничения

- Игнорировать ограничения минимальной цены 
- Игнорировать ограничения мягкого чека 

Ограничения в виде минимальной цены или максимальной скидки для товаров в рамках данной акции будут игнорироваться, за исключением акцизного алкоголя



Ограничения в виде минимальной цены или максимальной скидки для товаров в рамках данной акции будут игнорироваться, за исключением акцизного алкоголя

Customer Success Manager (CSM)

Индивидуальная поддержка для вашего бизнеса
от специалиста с опытом управления маркетингом и
программами лояльности в ритейле



Оптимизация и рост

Помощь со **стратегией развития**,
регулярный анализ и предложения
по улучшению программы
лояльности для достижения
максимальных результатов



Личный контакт

Менеджер сопровождает
вас на **каждом этапе работы**
с Set Loyalty и обеспечивает
консультации в короткие
сроки



ТОП-10 задач ритейла, которые решает Set Loyalty

на разных стадиях жизненного цикла ваших покупателей

1

Регистрируйте
покупателей

2

Собирайте
анкетные данные

3

Стимулируйте
 первую покупку

4

Стимулируйте
регулярные покупки

5

Увеличивайте частоту
покупок и средний чек

6

Возвращайте
покупателей из оттока

7

Коммуницируйте
с клиентами

8

Управляйте
покупательской базой

9

Анализируйте
запущенные механики

10

Автоматизируйте
процессы

ТОП-10 задач ритейла, которые решает Set Loyalty

Регистрируйте покупателей



Регистрируйте в любых удобных каналах:

- на кассе
- в мобильном приложении или на сайте
- с помощью удобных онлайн-форм
- напрямую через интерфейс системы
- в приложении "Кошёлёк"



Выдавать пластиковые карты не обязательно - используйте виртуальные карты с авторизацией на кассе по номеру телефона



Анализируйте процесс регистрации:

- сколько новых участников
- из каких каналов они пришли
- как они совершают свои первые покупки

1 Регистрируйте покупателей

2 Собирайте анкетные данные

3 Стимулируйте первую покупку

4 Стимулируйте регулярные покупки

5 Увеличивайте частоту покупок и средний чек

6 Возвращайте покупателей из оттока

7 Коммуницируйте с клиентами

8 Управляйте покупательской базой

9 Анализируйте запущенные механики

10 Автоматизируйте процессы

Как покупатели регистрируются в Set Loyalty

В Set Loyalty можно зарегистрироваться любым популярным на рынке ритейла способом:



Касса



Интернет-магазин



Мобильное
приложение



Бумажная
анкета



Приложение
«Кошелек»



SetLoyalty

Удобства регистрации покупателей в базе Set Loyalty

-  Не обязательно выдавать на кассе пластиковую карту. Можно зарегистрировать покупателя, а затем **использовать его номер телефона** в качестве идентификатора на кассе.
-  В Set Loyalty есть специальный инструмент — **онлайн-форма регистрации**. В нем вы можете создать анкету и сгенерировать QR-код или ссылку для нее. QR-код можно разместить в кассовой зоне на виду у проходящих покупателей, а ссылку можно рекламировать в онлайн-каналах (Яндекс, VK.com и др.)



Создание онлайн-формы

Отчеты

Ценники

Кассовый модуль

Справочники

Интеграция

Настройки

CDP: Покупатели

База покупателей

Редактор сегментов

Настройки

Карты и счета

Инструменты лояльности

Коммуникации 4

Аналитика

Официальный сайт

CDP: Покупатели - Настройки

АНКЕТА	ОНЛАЙН-ФОРМА	ВАЛИДАЦИЯ	КАТЕГОРИИ КАРТ	СЧЕТА
Поле формы				
Фамилия*	<input type="text"/>			
Имя*	<input type="text"/>			
Телефон*	<input type="text"/>			
Дата рождения*	<input type="text"/>			
e-mail	<input type="text"/>			

Добавить поле

Я согласен с обработкой персональных данных. Политика конфиденциальности

УДАЛИТЬ ФОРМУ **СОХРАНИТЬ**

Регистрация на кассе
<https://setretail.com/megahand/baaa0000>

ТОП-10 задач ритейла, которые решает Set Loyalty

Собирайте анкетные данные



Знайте в лицо своих покупателей и эффективно общайтесь с ними



Обогащайте профили покупателей новой информацией в любой момент взаимодействия с ними



Используйте стимулирующие механики для сбора дополнительной информации

1 Регистрируйте покупателей

2 Собирайте анкетные данные

3 Стимулируйте первую покупку

4 Стимулируйте регулярные покупки

5 Увеличивайте частоту покупок и средний чек

6 Возвращайте покупателей из оттока

7 Коммуницируйте с клиентами

8 Управляйте покупательской базой

9 Анализируйте запущенные механики

10 Автоматизируйте процессы

ТОП-10 задач ритейла, которые решает Set Loyalty

Стимулируйте первую покупку



Запускайте приветственные механики, чтобы стимулировать новых участников программы совершившие покупку как можно быстрее и не уйти в отток сразу после регистрации



Предлагайте бонусы и скидки, чтобы покупатели охотнее вступали в программу. В Set Loyalty доступны 10+ приветственных механик

1 Регистрируйте покупателей

2 Собирайте анкетные данные

3 Стимулируйте первую покупку

4 Стимулируйте регулярные покупки

5 Увеличивайте частоту покупок и средний чек

6 Возвращайте покупателей из оттока

7 Коммуницируйте с клиентами

8 Управляйте покупательской базой

9 Анализируйте запущенные механики

10 Автоматизируйте процессы

ТОП-10 задач ритейла, которые решает Set Loyalty

Стимулируйте регулярные покупки



Используйте уровневую программу лояльности - преимущества будут доступны покупателям в зависимости от суммы их покупок за прошлый период



Самые разные базовые механики: бонусный кешбэк, скидка на весь чек или на конкретные категории - в Set Loyalty можно настроить любые вариации базового поощрения ваших покупателей за покупки

- 1 Регистрируйте покупателей

- 2 Собирайте анкетные данные

- 3 Стимулируйте первую покупку

- 4 Стимулируйте регулярные покупки

- 5 Увеличивайте частоту покупок и средний чек

- 6 Возвращайте покупателей из оттока

- 7 Коммуницируйте с клиентами

- 8 Управляйте покупательской базой

- 9 Анализируйте запущенные механики

- 10 Автоматизируйте процессы

Настройка уровневой ПЛ

Настройки

SetLoyalty

CDP: Покупатели

Карты и счета

Инструменты лояльности

Кассовые механики

Группа кассовых механик

Стимулирующие механики

Уровневые механики

Подарочные карты

Купоны

Списки товаров

Не загружены в магазины (91)

Настройки

Инструменты лояльности - Уровневые механики

Название механики Название уровня Покупателей на уровне Границы уровней

▼ Программа лояльности

Редактировать уровни лояльности

Инструкция к редактору

Название уровневой механики: Программа лояльности

Группа магазинов: Супермаркет

Название уровня: Серебряный 3% Граница уровня: 5000

Название уровня: Золотой 6% Граница уровня: 10000

Название уровня: Бриллиантовый 9%

+ УРОВЕНЬ

Рассчитывать расходы за Календарная неделя

Переход покупателей на новый уровень произойдет в ближайший понедельник 16.09.2024

Правила перевода с уровня на уровень: Переводить на любой уровень

УДАЛИТЬ УРОВЕНЬ ОТМЕНА СОХРАНИТЬ

ТОП-10 задач ритейла, которые решает Set Loyalty

Увеличивайте частоту покупок и средний чек



Делайте персональные предложения

- ко дню рождения,
- исходя из истории покупок,
- исходя из анкетных данных ваших покупателей



Подарочные карты
выпускать подарочные карты с фиксированным или гибким номиналом

100+ акционных механик:

- скидки на чек или товары,
- бонусный кешбэк,
- товары в подарок (N+1),
- комбо наборы,
- счетчики покупок,
- электронные фишки
- купоны на следующие покупки и др.

1 Регистрируйте покупателей

2 Собирайте анкетные данные

3 Стимулируйте первую покупку

4 Стимулируйте регулярные покупки

5 Увеличивайте частоту покупок и средний чек

6 Возвращайте покупателей из оттока

7 Коммуницируйте с клиентами

8 Управляйте покупательской базой

9 Анализируйте запущенные механики

10 Автоматизируйте процессы

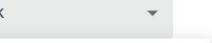
Не выбрасывайте маржу на ветер - давайте скидки только тем, кому это интересно

Информация о покупателе из CDP	Однаковые скидки всем ✕	Персональные скидки по интересам ✓
<p>Покупатель Екатерина:</p> <p> дети  овощи</p> <p> животные  мясо</p> <p> фрукты</p>	 Скидка на овощи	<ul style="list-style-type: none">Скидка на детскую одеждуСкидка на курицуСкидка на корм для кошек
<p>Покупатель Андрей:</p> <p> дети  овощи</p> <p> животные  мясо</p> <p> фрукты</p>	 Скидка на мясо	<ul style="list-style-type: none">Скидка на корм для кошекСкидка на картофельСкидка на говядину
<p>Покупатель Ирина:</p> <p> дети  овощи</p> <p> животные  мясо</p> <p> фрукты</p>	 Скидка на фрукты	<ul style="list-style-type: none">Скидка на цитрусовыеСкидка на огурцы и помидоры

Настройка акции и ее возможные результаты

← Создание кассовой акции - Результат Черновик 2 👤

Скидка

- Реклама в чеке
- Купон
- Бонусы и электронные фишк
- Доп. услуга
- Сообщения
- Информация о подарках
- Терминал SelfScan
- Счетчик

Скидка на чек

- Скидки на товары
- Фиксированные цены
- Товарные наборы
- Применение электронных фишек
- Округление
- Скидка на чек 
- Цена из товарного справочника
- Внешняя система лояльности
- Применение бонусов
- Скидка на иерархию товарных групп

Добавленные результаты

Скидка на чек: 20% 

ОТМЕНИТЬ ПРИМЕНİТЬ

ТОП-10 задач ритейла, которые решает Set Loyalty

- 1 Регистрируйте покупателей
 - 2 Собирайте анкетные данные
 - 3 Стимулируйте первую покупку
 - 4 Стимулируйте регулярные покупки
 - 5 Увеличивайте частоту покупок и средний чек
-
- 6 Возвращайте покупателей из оттока
 - 7 Коммуницируйте с клиентами
 - 8 Управляйте покупательской базой
 - 9 Анализируйте запущенные механики
 - 10 Автоматизируйте процессы

Предотвращайте отток клиентов



Анализируйте динамику и причины оттока с помощью сегментирования и аналитики



Возвращайте клиентов с помощью стимулирующих акционных механик и рассылок

Пример выделения группы оттока в сегментаторе

← Создание нового сегмента

3

Инструкция к сегментации

Название
Отток

Тип
Статический

Аудитория 1

По полу

Мужской Женский Не определен

+ КРИТЕРИЙ

Сузить аудиторию: ПЕРЕСЕЧЬ

Исключить

Аудитория 2

По общему количеству покупок

Кол-во покупок (чеков) от 1 Кол-во покупок (чеков) до

За последние 90 дней

⚠ Значения в полях включаются в диапазон

+ КРИТЕРИЙ

Критериям соответствуют: 448902 покупателей

ОТМЕНА

ПЕРЕСЧИТАТЬ И СОХРАНИТЬ

4

The screenshot shows a user interface for creating a new segment. At the top, there's a blue header bar with the title 'Создание нового сегмента' (Create new segment). On the right of the header are three icons: a message bubble with a red '3', a person icon, and a gear icon.

The main area is divided into two sections: 'Аудитория 1' (Audience 1) and 'Аудитория 2' (Audience 2).

Аудитория 1: This section has a dropdown menu 'По полу' (By gender) with three checked options: 'Мужской' (Male), 'Женский' (Female), and 'Не определен' (Not defined). Below this is a button '+ КРИТЕРИЙ' (Add criterion).

Аудитория 2: This section has a dropdown menu 'По общему количеству покупок' (By total number of purchases) with a value '1'. To its right is another dropdown 'Кол-во покупок (чеков) до' (Up to) with a value '90'. Between these dropdowns is a note: '⚠ Значения в полях включаются в диапазон' (Values in fields are included in the range). Below these fields is a dropdown 'За последние' (Last) with a value '90' and a unit 'дней' (days). Below this is a button '+ КРИТЕРИЙ' (Add criterion).

At the bottom of the interface, there's a summary: 'Критериям соответствуют: 448902 покупателей' (Criteria are met by 448902 buyers) with a refresh icon. To the right are two buttons: 'ОТМЕНА' (Cancel) and 'ПЕРЕСЧИТАТЬ И СОХРАНИТЬ' (Recalculate and save), with the latter being blue and bold.

In the bottom left corner, there's a blue circular icon with a white speech bubble and a red '4' inside, indicating notifications.

ТОП-10 задач ритейла, которые решает Set Loyalty

- 1 Регистрируйте покупателей
 - 2 Собирайте анкетные данные
 - 3 Стимулируйте первую покупку
 - 4 Стимулируйте регулярные покупки
 - 5 Увеличивайте частоту покупок и средний чек
-
- 6 Возвращайте покупателей из оттока
 - 7 Коммуницируйте с клиентами**
 - 8 Управляйте покупательской базой
 - 9 Анализируйте запущенные механики
 - 10 Автоматизируйте процессы

Общайтесь с покупателями



Побуждайте их совершить целевое действие, рассказывайте о новостях с помощью рассылок и коммуникаций в торговом зале



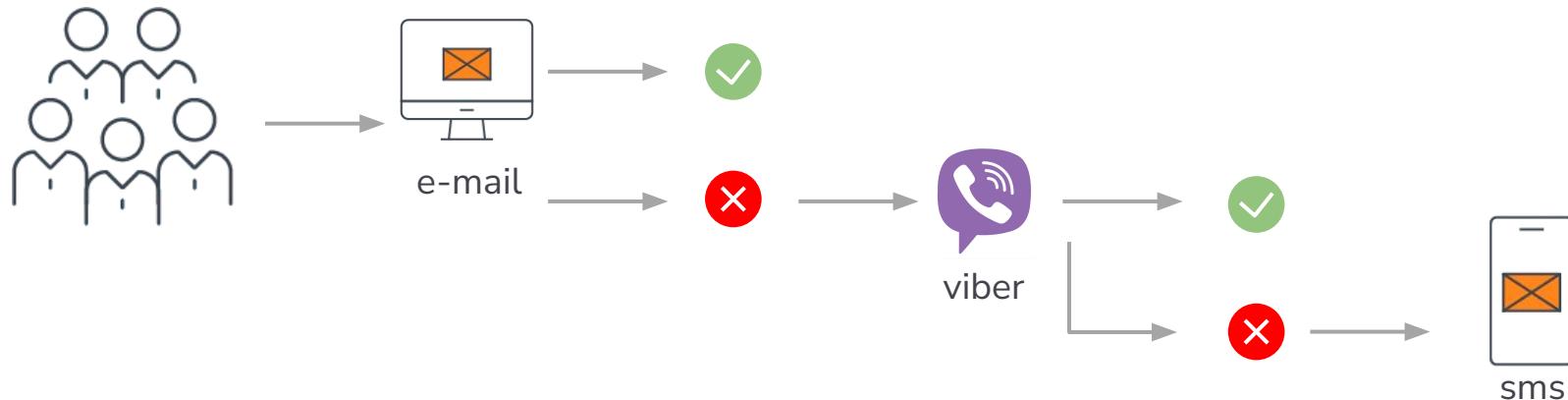
Используйте подстановки - имя и бонусный баланс, чтобы сделать рассылки эффективнее



Настраивайте рассылки каскадом, чтобы экономить рекламный бюджет.

Что такое каскадный принцип отправки сообщений

Алгоритм рассылки, позволяющий охватить максимум аудитории:



Настройка СМС рассылки

← Создание новой внешней коммуникации

2

Инструкция к редактору

Название
Рассылка №1

Аудитория рассылки

Все покупатели

Включить в аудиторию тех, кто НЕ дал согласие на обработку персональных данных

Условия отправки

Условие отправки Триггер По дню рождения За 3 дня до даты

Максимальное кол-во сообщений одному покупателю

Дата и время окончания рассылки по триггеру

Каналы

1 SMS

Выберите канал ДОБАВИТЬ КАНАЛ Выбирать вручную

SMS

Справочник подстановок ↗

Здравствуйте, {{Customer.first_name}}! У вас {{BonusBalance.All}} бонусов - потратьте их на подготовку праздничного стола!

Символов без учета подстановок: 79

+7 (900) 000-00-00

Тестовое сообщение на номер

ОТМЕНА ОТПРАВИТЬ СОХРАНИТЬ

ТОП-10 задач ритейла, которые решает Set Loyalty

1 Регистрируйте покупателей

2 Собирайте анкетные данные

3 Стимулируйте первую покупку

4 Стимулируйте регулярные покупки

5 Увеличивайте частоту покупок и средний чек

6 Возвращайте покупателей из оттока

7 Коммуницируйте с клиентами

8 Управляйте покупательской базой

9 Анализируйте запущенные механизмы

10 Автоматизируйте процессы

Управляйте базой покупателей



Работайте с базой точечно, чтобы решить персональные обращения покупателей



- Редактируйте персональные данные,
- Анализируйте историю покупок,
- Начисляйте и списывайте бонусы
- Управляйте картами лояльности

История покупок клиента

← Иванов Иван (Код покупателя: 81622988)

3

Сообщения

Помощь

Личный кабинет

Общая информация

Организации

Персональные данные

Карты

Покупки

Бонусы

Электронные фишки

Купоны

Сегменты

4

ОБЪЕДИНИТЬ ПРОФИЛИ

Создан: 19.07.2024

ОТМЕНА

СОХРАНИТЬ

Отсканируйте чек и номер заполнится автоматически или введите номер вручную

№ чека	Дата	Статус	Сумма	Скидка	Начислено бонусов	Списано бонусов	Начислено эл. фишек	Списано эл. фишек	Удалить
27 магазин 751	28.07.2024 08:34	Чек продажи	539.00	459.00	+34.93	-159.54			>
204 магазин 751	19.07.2024 10:48	Чек продажи	44.95	854.05	+4.49	-44.95			>

ТОП-10 задач ритейла, которые решает Set Loyalty

1 Регистрируйте покупателей

2 Собирайте анкетные данные

3 Стимулируйте первую покупку

4 Стимулируйте регулярные покупки

5 Увеличивайте частоту покупок и средний чек

6 Возвращайте покупателей из оттока

7 Коммуницируйте с клиентами

8 Управляйте покупательской базой

9 **Анализируйте запущенные механики**

10 Автоматизируйте процессы

Анализируйте запущенные механики



Верхнеуровневые показатели:

- выручка,
- средний чек,
- количество чеков,
- частота покупок,
- количество товаров в чеке
- средняя стоимость товара



Регистрация покупателей

- количество активных клиентов,
- доля программы в чеках,
- конверсия в первую и последующие покупки,
- динамика регистрации новых участников по каналам



Кассовые механики:

- кол-во чеков по каждой механике,
- оборот в штуках и деньгах,
- количество участников акции,
- сколько бонусов начислено,
- какая скидка в деньгах предоставлена



Бонусные и купонные механики

- активный бонусный баланс
- динамика начисления и списания бонусов
- динамика выдачи и применения купонов

Верхнеуровневые показатели

Отчеты

Ценники

Кассовый модуль

Справочники

Интеграция

Настройки

SetLoyalty

CDP: Покупатели

Карты и счета

Инструменты лояльности

Коммуникации

Аналитика

Кассовые механики

Регистрация покупателей (β)

Верхнеуровневые показатели

Бонусные и купонные механики

Статистика по магазинам (β)

Официальный сайт

Поддержка

Аналитика - Верхнеуровневые показатели

Период: 2024-06-10T13:1... Сегмент: 567 вариантов Детализация: День MORE FILTERS ПРИМЕНить Сбросить Фильтры

Активные покупатели за 30 дней: 105 090 Чеки за 30 дней: 254 183 Анонимные покупки за 30 дней: 74 121

Выручка

Средний чек

Количество чеков

Среднее количество товаров в чеке

Регистрация покупателей

Аналитика - Регистрация покупателей (β)

Период: 2024-06-10T13:1... Сегменты: 567 вариантов Детализация: День ПРИМЕНить Обросить Фильтры

Количество покупателей в базе: 669 159 Активных покупателей за период: 224 506 Доля чеков участников ПЛ за период: 69.9%

Каналы регистрации: Внешние электронные карты, Импорт, Интернет-сайт, Интерфейс SetLoyalty, Касса, Мобильное приложение, Онлайн-формы, Прочее.

Кол-во успешных регистраций в онлайн-формах: 1 000 (04.09.24)

Деанонимизация чеков: Общее кол-во чеков, Кол-во чеков от участников ПЛ

Конверсия в совершение покупок:

Каналы регистрации	Зарегистрировано за период	Из них совершили первую покупку	Ср. кол-во дней до первой покупки	Из них совершили третью покупку	Ср. кол-во дней до третьей покупки
Интерфейс Set Loyalty	30 948	24 483	17	3 418	26
Мобильное приложение	21 610	15 236	9	1 482	17
Прочее	32 399	22 926	15	3 631	28

Кассовые механики

≡ Аналитика - Кассовые механики

Период 2024-06-10T13:0... Кассовая механика 1000 вариантов Геофильтр 83 варианта MORE FILTERS 1 ПРИМЕНить Бросить Фильтры

Количество чеков Оборот шт Оборот в деньгах Участников ПЛ Купонов выдано и применено Скидка в деньгах Бонусов начислено

Количество чеков по кассовой механике

08.08.2024
Количество чеков: 11 117

Сводная таблица по кассовым механикам

Название кассовой механики	Количество чеков	Оборот шт	Оборот в деньгах	Участников ПЛ	Купонов выдано	Купонов применено	Скидка в деньгах	Бонусов начислено
50 сахалин	125	291	181 564	60	0	0	125 623	0
kibil	5 125	20 766	4 084 109	23	0	0	15 317 577	0
Волжский ДР	85	165	130 962	54	0	0	34 237	0
ДР Северодвинск	75	168	121 051	58	0	0	54 745	0
ДР Челя	106	321	150 773	94	0	0	158 540	0
ДР златоуст	128	365	106 988	80	0	0	266 200	0
ДР новосор 2	37	63	58 235	25	0	0	15 197	0
Екат	2	2	1 648	1	0	0	1 099	0
Купон на 50% [купоны]	1 988	3 962	545 315	825	0	1 988	548 699	0
Total (Сумма)	2 086 817	4 369 898	1 507 430 985	1 296 830	1 564	18 208	1 583 813 223	39 138 666

Отчеты

Ценники

Кассовый модуль

Справочники

Интеграция

Настройки

SetLoyalty

CDP: Покупатели

Карты и счета

Инструменты лояльности

Коммуникации

Аналитика

Кассовые механики

Регистрация покупателей (β)

Верхнеуровневые показатели

Бонусные и купонные механики

Статистика по магазинам (β)

Официальный сайт

Поддержка

Версия 10.4.1.7

Бонусные и купонные механики

Аналитика - Бонусные и купонные механики

Период: 2024-06-10T13:15:00-2024-06-10T13:45:00 | Детализация: День | Сегмент: 567 вариантов | MORE FILTERS | ПРИМЕНить | Сбросить Фильтры

Количество покупателей в базе: 669 159 | Активный бонусный баланс: 28 726 499 | Купонов применено за 30 дней: 0

Проникновение механик

15.07.24
Активные клиенты: 4 688
Применившие бонусы: 2 385
Применившие купон: 76

Купоны

Бонусные баллы

100 000 000 000 000
80 000 000 000 000
60 000 000 000 000
40 000 000 000 000
20 000 000 000 000
0

Отчеты

Ценники

Кассовый модуль

Справочники

Интеграция

Настройки

SetLoyalty

CDP Покупатели

Карты и счета

Инструменты лояльности

Коммуникации

Аналитика

Кассовые механики

Регистрация покупателей (В)

Верхнеуровневые показатели

Бонусные и купонные механики

Статистика по магазинам (В)

Официальный сайт

Поддержка

Версия 10.4.1.7

Статистика по магазинам

Настройки

Аналитика - Статистика по магазинам (β)

2

Сбросить Фильтры

ПРИМЕНЕНИТЬ

По периоду 2024-06-10T13:1... Город 19 вариантов MORE FILTERS 0

Магазин	Выручка общая	Выручка по участникам ПЛ	Чеков покупки	Средний чек покупки	Возвратных чеков	Возвращенных товаров	Средний чек возврата	Участников ПЛ %	Кол-во покупателей - участников ПЛ
ТЦ №550	759 271	759 271	18	42 182	0	0	0	100.0	18
ТЦ №531	666 210	666 210	17	39 189	0	0	0	100.0	17
ТЦ №760	619 168	619 168	14	44 226	0	0	0	100.0	13
ТЦ №435	618 797	618 797	13	47 600	0	0	0	100.0	13
ТЦ №540	613 899	613 899	15	40 927	0	0	0	100.0	15
ТЦ №398	612 384	612 384	15	40 826	0	0	0	100.0	15
ТЦ №867	575 134	575 134	11	52 285	0	0	0	100.0	11
ТЦ №289	561 869	561 869	14	40 133	0	0	0	100.0	13
ТЦ №458	561 390	561 390	13	43 184	0	0	0	100.0	13
ТЦ №973	561 261	561 261	14	40 090	0	0	0	100.0	14
ТЦ №994	558 939	558 939	12	46 578	0	0	0	100.0	11
ТЦ №59	550 826	550 826	12	45 902	0	0	0	100.0	11
ТЦ №194	547 470	547 470	13	42 113	0	0	0	100.0	13
ТЦ №82	541 523	541 523	13	41 656	0	0	0	100.0	13
ТЦ №236	540 925	540 925	13	41 610	0	0	0	100.0	12
ТЦ №731	539 563	539 563	11	49 051	0	0	0	100.0	11
ТЦ №842	535 157	535 157	13	41 166	0	0	0	100.0	13
ТЦ №168	533 741	533 741	10	53 374	0	0	0	100.0	10
ТЦ №434	532 877	532 877	11	48 443	0	0	0	100.0	11

SetLoyalty

CDP: Покупатели

Карты и счета

Инструменты лояльности

Коммуникации

Аналитика

Кассовые механики

Регистрация покупателей (β)

Верхнеуровневые показатели

Бонусные и купонные механики

Статистика по магазинам (β)

Официальный сайт

Поддержка

ТОП-10 задач ритейла, которые решает Set Loyalty

1 Регистрируйте покупателей

2 Собирайте анкетные данные

3 Стимулируйте первую покупку

4 Стимулируйте регулярные покупки

5 Увеличивайте частоту покупок и средний чек

6 Возвращайте покупателей из оттока

7 Коммуницируйте с клиентами

8 Управляйте покупательской базой

9 Анализируйте запущенные механизмы

10 Автоматизируйте процессы

Автоматизируйте процессы



Автоматизируйте рассылки и акции **с помощью триггеров** по каждому покупателю



- активация профиля
- день рождения покупателя или ребёнка
- операции с бонусным балансом
- добавление в сегмент или исключение из него
- заполнение полей анкеты
- переход на новый уровень

Планирование рассылки по триггерам

← Создание новой внешней коммуникации

Инструкция к редактору

Название
Новая рассылка

Аудитория рассылки

Все покупатели

Условия отправки

Триггер

Условие отправки
Триггер

Максимальное кол-во соо.

Дата и время окончания ра.

Каналы

Выберите канал

Изображение синего пузыря с белыми точками

2

Иконка пользователя

Изображение синего пузыря с белыми точками

ОТМЕНА ЗАПУСТИТЬ СОХРАНИТЬ

Триггер

Включить в аудиторию

По факту добавления в сегмент

По факту исключения из сегмента

По дню рождения покупателя

По дню рождения ребенка

По заполнению полей анкеты

По активации профиля

По зафиксированному уровню ПЛ

По операции с бонусным балансом

До дня рождения

3

Дня

Х

ОТМЕНА СОХРАНИТЬ



Спасибо за внимание

Мария Мироновская

Руководитель Set Loyalty

https://t.me/Maria_Mirono

E-mail: m.mironovskaya@crystals.ru

www.crystals.ru

Приглашаем в наш канал о ритейле:

https://t.me/sdelali_kassy

И о лояльности:

<https://t.me/loytalk>

[Подробнее о возможностях Set Loyalty](#)

