

Алматы
Апрель 2026

Как бренду превратить покупку в контакт



Практический взгляд с технической стороны · Brand Loyalty как инфраструктура роста



Виктор Шипалов
СТО CartaMe

FASHION
& BEAUTY
SHOP *w* 2026

Почему просто «Промо» уже

недостаточно

Промо стимулирует разовую покупку и быстро обнуляется без новой скидки. Лояльность формирует привычку и строит долгую ценность клиента

Собственная база данных

Единый профиль клиента, идентификация, история покупок, бонусный баланс – всё в одном месте

Триггерные коммуникации

Сценарии автоматически запускаются на событиях покупки – без ручного вмешательства

Собственная программа

лояльности привязанная на товаре, а не на торговых сетях. Собственные управляемые условия.

Стимулирование повторных покупок

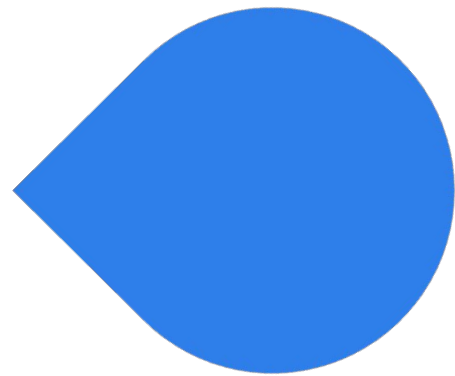
Баллы, купоны, сертификаты, welcome-механики и персональные предложения



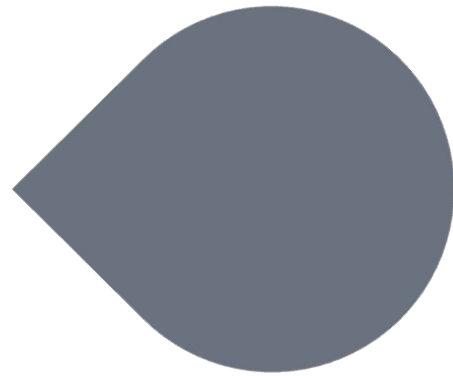
Что значит «превратить покупку в

контакт»?

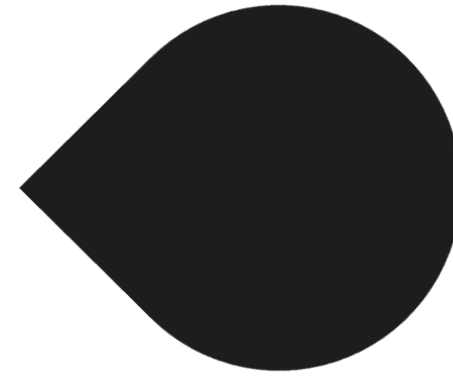
4 элемента Direct Access



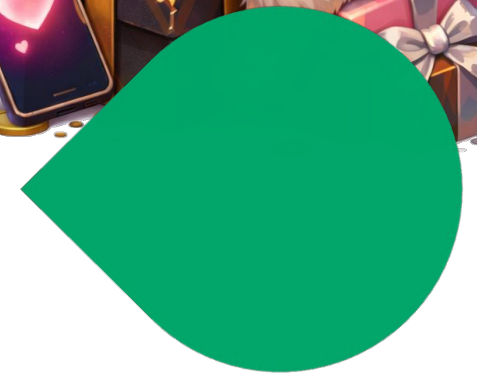
Идентификация
клиента



Сбор согласия
на участие



Сбор
дополнительной
информации



Предложить
товар/триггер
запускающий цепочку



Direct access – это не просто база клиентов, это возможность влиять на следующую покупку и управлять удержанием без постоянного демпинга

Коллекционирование как зрелая механика



- **Прогресс**

клиента ирирует товары или серии, видит прогресс и получает награду за этапы и завершение набора

- **Рост частоты и**

корзины влекает в ассортимент и мотивирует купить следующий товар

именно бренда

- **Автокоммуникац**

ии талось 2 товара», «Вы собрали 4 из 5», «Вам доступна награда» - всё запускается автоматически

- **Развитие**

платформы вание – не отдельная акция, а способ мотивировать к исследованию ассортимента

Что делает loyalty-систему технологичной



Профиль клиента
Агрегированные
данные и сегментация

Покупки и события
Приём транзакций и
событий с касс

Идентификация
Стабильный ID клиента в
реальном времени

Ключевой
критерий

1

Получение

Связанных с покупкой
данных о покупке
в реальном времени

2

Автоматические

сценарии
Запускаются без
вмешательства

3

Единый профиль

клиента – без него
Основа всего, без
ничего не работает

4

Гибкое

расширение
Новые возможности
настройки
архитектуры

MVP за 30 – 60 дней

Для запуска не нужен тяжёлый enterprise-контур. Достаточно 6 блоков, которые уже дают управляемый канал к клиенту.

1

Регистрация и ID

Идентификация клиента на входе

2

Единый профиль

Собственные данные клиента

3

Приём покупок

Данные из чека или учётных систем

4

Бонусный

Начисление баллов, правила

5

Купоны

Инструменты управления сертификатами

6

Триггерные

Базовые рассылки



Покупка должна становиться началом следующего контакта

