

CSI



Онлайн-конференция
Тренды и технологии
в ритейле моды и красоты

8 октября, 2025





Мария Мироновская,
директор направления Set
Loyalty, CSI

Практики лояльности в фэшн-ритейле

Давайте знакомиться

Запускала программы лояльности:

- Рольф
- Улыбка радуги
- Максидом
- Ортека
- Всёсмайт
- Мираж синема
- Топ Топ
- Diplomat

Внедряла системы автоматизации маркетинга:

- SAP Marketing
- Mindbox
- Microsoft CRM
- SAS
- Loymax
- Set Loyalty
- YClients

Какие проблемы фэшн-ритейла помогает решить платформа лояльности

- покупатели утекают на маркетплейсы
- покупают только со скидками
- короткая сезонность, оверсток и проблемы с наличием товара
- падает лояльность к бренду
- растёт информационный шум
- магазины превращаются в шоурумы
- мало информации о стилистических предпочтениях аудитории
- из-за роста цен покупатели перешли в режим экономии



Retail is detail.

Развеиваем мифы лояльности в фешн-ритейле

- существуют ценовые сегменты покупателей
- стиль и бренд зависят от возраста
- я могу описать свою лояльную аудиторию
- мой бренд известен и любим, клиенты мне верны
- я могу выбрать подходящих амбассадоров своего бренда
- я знаю образ жизни, предпочтения и увлечения своих клиентов
- моя программа лояльности работает



Базовый минимум лояльности в фэшн: проверьте себя

- ☐ Хороший бонус за подключение
- ☐ Не нужна пластиковая карта
- ☐ Баллы начисляются на sale
- ☐ Членам клуба доступны фэшн-рекомендации, redemption, вечеринки и другие плюшки
- ☐ У вас уровневая ПЛ
- ☐ ПЛ омниканальная
- ☐ Пенетрация >80% (от года)



Общение с покупателем: информационный шум, как бороться?

Прямое
взаимодействие через
различные каналы
(мессенджеры, МП)

1

Создание
сообщества вокруг
бренда

2



3

Персонализированные
предложения и
рекомендации

4

Обратная связь
для улучшения
опыта покупателей

Не ошибитесь с таргетированными коммуникациями

- ✓ **Используйте данные о покупателях:**
Собирайте анкетные данные и обогащайте профили покупателей
- ✓ **Персонализируйте предложения**
Автоматизируйте триггерные рассылки:
активация профиля, день рождения, операции с бонусным балансом или переход на новый уровень.
- ✓ **Используйте каскадный принцип отправки сообщений**
- ✓ **Анализируйте чистый отклик**
- ✓ **Проводите АБ-тесты**
- ✓ **Предотвращайте отток**



Лучшие кейсы.

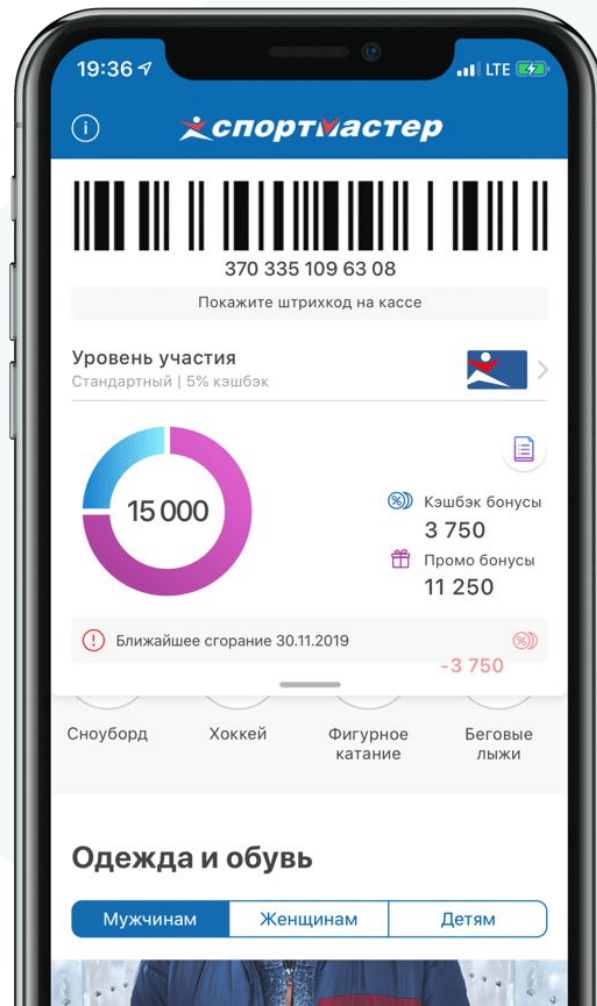
Эконика

- + Пенетрация ~90%
- + Комбинация скидок и бонусов
- + Уровневая
- + Стилисты и вечеринки
- + Коллаборации
- + Капсулы по стилю, образы
- Нет «плюшек» за вход ⇒ большая доля «кривой» статистики
- Нет стимулирующих механик
- Низкая доля МП
- Плохо работают с зумерами



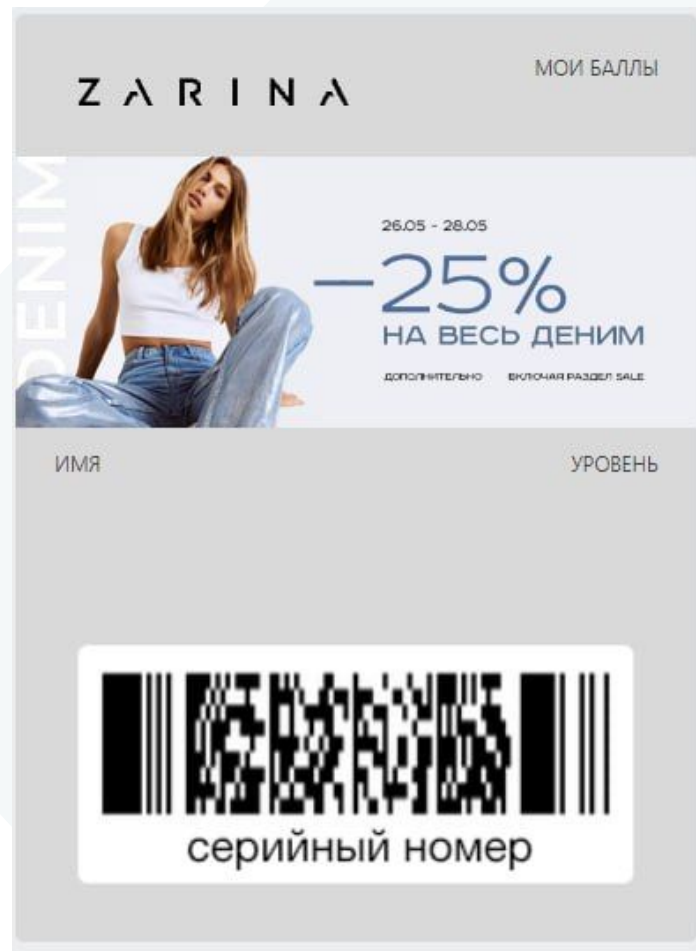
Лучшие кейсы. Спортмастер

- + Пенетрация >90%
- + Актуальная статистика
- + Уровневая
- + Плюшки за вход
- + Стимулирующие механики
- + Баллы суммируются с sale
- + Хорошо продвигают как продукт
- + Крутая омниканальность
- + Есть луки, капсулы по стилю (!)
- Плохо раскручены клиентские дни
- Проект с тренировками не взлетел



Лучшие кейсы. Zarina

- + Смогли обновить имидж
- + Перешли на баллы и уровни
- Низкая пенетрация



Спасибо за внимание!



Мария Мироновская,
директор направления
Set Loyalty, CSI



m.mironovskaya@crystals.ru
+7 (921) 863-00-63
@Maria_Mirono

