

Рост продаж через геймификацию в программе лояльности



**Цель
геймифицированной
механики в программе
лояльности**



Вовлечение покупателей в механику и повышение товарооборота розничной сети

ТО = количество чеков * средний чек

- ✓ Повышение среднего чека
- ✓ Повышение частоты покупок

Коллекционная механика стимулирует покупателей дополнять свой чек до необходимой пороговой суммы гарантированного подарка и увеличивать частоту покупок, чтобы успеть до конца акции собрать всю коллекцию.



Расчет экономической эффективности

Прогноз роста
среднего чека
на **5%**

Прогноз роста
количества чеков
на **9%**

Прогноз роста
частоты покупок
в **1,5** раза

Прогноз эмиссии
комиксов
2% от всех чеков

Прогноз эмиссии подарков (стикеров):
30% покупателям (доля покупателей
с детьми по данным розничной сети)



Механика геймифицированной программы

Овощи Супергерои

Всего в команде **15 Овощей Супергероев** - **15 видов** наклеек в индивидуальной непрозрачной упаковке FlowPack.



Механика геймифицированной программы

За установленную сумму в чеке покупатель получает стикер наклейку, с одним из супергероев.



Для гипермаркетов:

за каждые **1500 руб.** в чеке
покупатель получает **2 стикера**.



Для супермаркетов:

за каждые **600 руб.**
в чеке покупатель получает **1 стикер**.



Механика геймифицированной программы

Каждый **герой** на стикер **оживает**, благодаря технологии дополненной реальности (AR), и имеет собственную анимационную сцену.

- Всего 15 различных персонажей, чтобы собрать всех в среднем **нужно получить 50 упаковок**

Журнал- Комикс содержит истории всех героев, а также место для вклейки героев



Привлечение партнёров акции

Привлечение партнеров акции:

- за покупку товаров-партнёров, обозначенных на полке специальным ценником акции, покупатель получал на кассе доп. стикер
- Рост продаж товаров - партнёров от **50** до **145%**



Лучший результат —

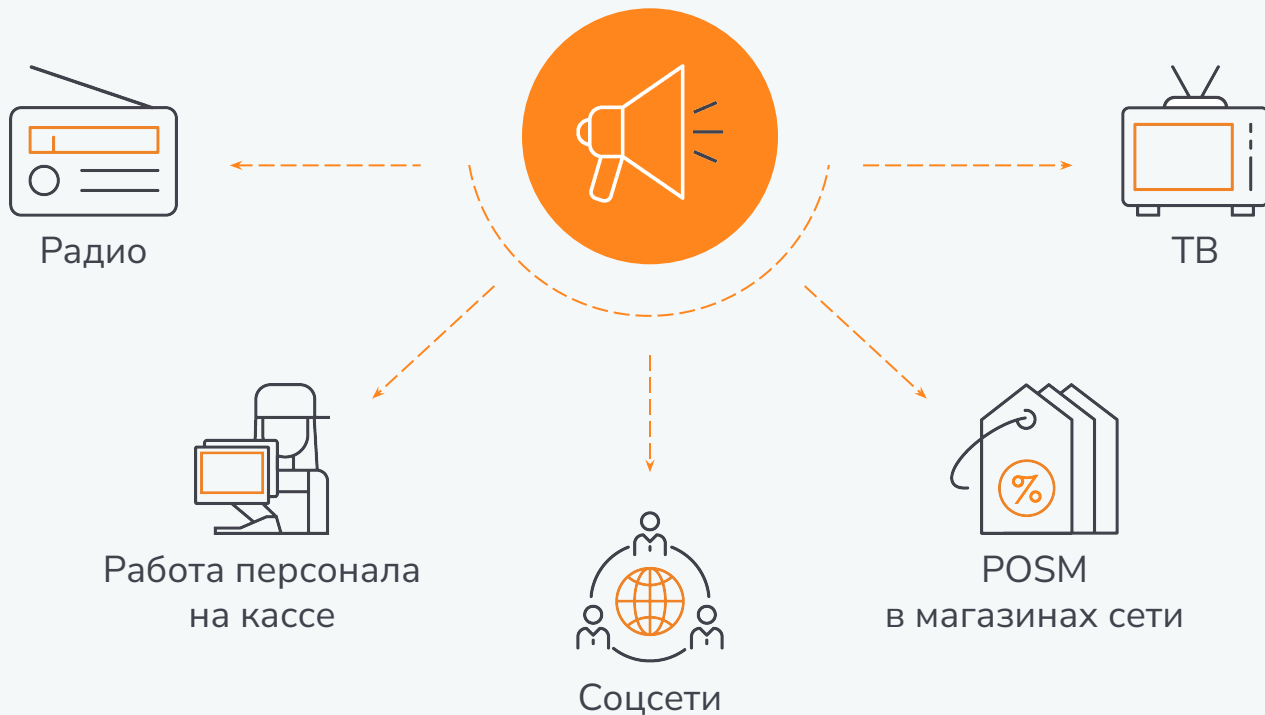
рост продаж товара-
спонсора* за две недели
участия в акции

на 146%

*яблоки Ред Делишес,
Аргентина, 1 кг



Рекламная поддержка акции



Результаты геймифицированной программы

+5,7%

к товарообороту
(прирост L-4-L
к прошлому году)

+5,2%

количества чеков
(прирост L-4-L
к прошлому году)

56,4%

покупателей
участвовало
в программе

35,8%

покупателей
купили
комикс

31,1%

покупателей
стали чаще покупать

179%

ROMI



Более **46 000** детей собирали героев
и вклеивали их в комиксы



Спасибо за внимание



Лана Несмина

nesmina@mail.ru

+7 914 - 653-2938

