



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



SetLoyalty

4 блока и десятки возможностей



Коммуникации:
инструменты для настройки
массовых и таргетированных
коммуникаций



Аналитика:
отчеты для аналитики акций
и осознанного управления
программой лояльности

Почему выбирают Set Loyalty

Маркетологи



Оптимальная
стоимость и оплата
только нужного
функционала



100+ механик от
скидок и бонусов до
фишечных акций



Простой в
использовании
интерфейс



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 офлайне



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 подсвелят
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 НА

Ограничения

- Игнорировать ограничения минимальной цены i
- Игнорировать ограничения мягкого чека i

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



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 “Кошелёк”



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



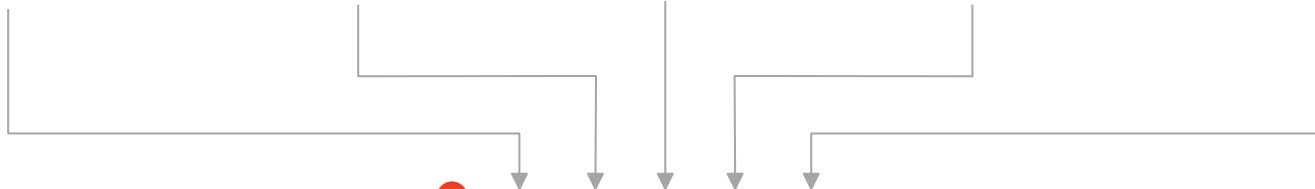
Мобильное приложение



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


CDP: Покупатели - Настройки

АНКЕТА **ОНЛАЙН-ФОРМА** ВАЛИДАЦИЯ КАТЕГОРИИ КАРТ СЧЕТА


Поле формы

Фамилия*	:	=		Регистрация на кассе
Имя*	:	=		https://setretail.com/megahand/baaa0000
Телефон*	:	=		 
Дата рождения*	:	=		
e-mail	:	=		

[ДОБАВИТЬ ПОЛЕ](#)

Я согласен с обработкой персональных данных. Политика конфиденциальности 

[УДАЛИТЬ ФОРМУ](#) [СОХРАНИТЬ](#)



Официальный сайт

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 “Кошелёк”



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 данные

3. Стимулируйте первую покупку

4. Стимулируйте регулярные покупки

5. Увеличивайте частоту и чек

6. Возвращайте покупателей

7. Коммуницируйте

8. Управляйте базой

9. Анализируйте

10. Автоматизируйте

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 совершить 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

The screenshot displays the 'Инструменты лояльности - Уровневые механики' (Loyalty Tools - Tiered Mechanics) section of the SetLoyalty application. A modal window titled 'Редактировать уровни лояльности' (Edit Loyalty Levels) is open, allowing for the configuration of a loyalty program. The background shows a table with columns for 'Название механики' (Mechanic Name), 'Название уровня' (Level Name), 'Покупателей на уровне' (Customers on Level), and 'Границы уровней' (Level Boundaries). The modal window includes the following elements:

- Title:** Редактировать уровни лояльности
- Link:** Инструкция к редактору
- Form Fields:**
 - Название уровневой механики: Программа лояльности
 - Группа магазинов: Супермаркет
 - Название уровня: Серебряный 3%
 - Название уровня: Золотой 6%
 - Название уровня: Бриллиантовый 9%
 - Граница уровня: 5000
 - Граница уровня: 10000
- Buttons:** + УРОВЕНЬ
- Dropdowns:**
 - Рассчитывать расходы за: Календарная неделя
 - Правила перевода с уровня на уровень: Переводить на любой уровень
- Text:** Переход покупателей на новый уровень произойдет в ближайший понедельник 16.09.2024
- Footer:** УДАЛИТЬ УРОВНИ, 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

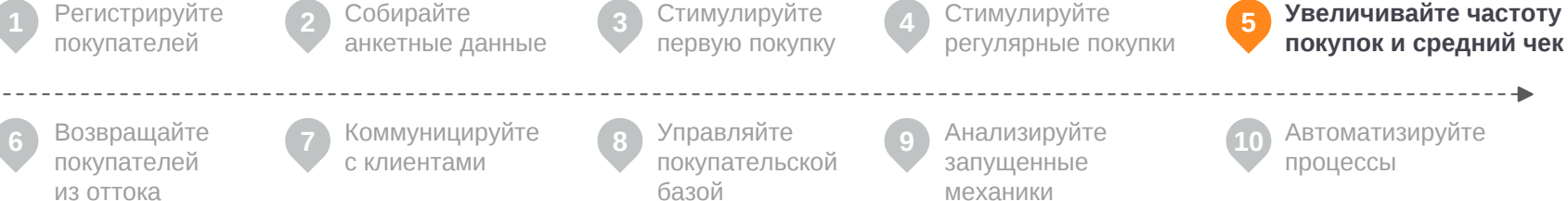


Подарочные карты

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.



Не выбрасывайте маржу на ветер -

давайте скидки только тем, кому это интересно

Информация о покупателе из CDP	Одинаковые скидки всем	Персональные скидки по интересам ✓
<p>Покупатель Екатерина:</p> <p> дети  овощи</p> <p> животные  мясо</p> <p> фрукты</p>	<p> Скидка на овощи</p>	<ul style="list-style-type: none">● Скидка на детскую одежду● Скидка на курицу● Скидка на корм для кошек
<p>Покупатель Андрей:</p> <p> дети  овощи</p> <p> животные  мясо</p> <p> фрукты</p>	<p> Скидка на мясо</p>	<ul style="list-style-type: none">● Скидка на корм для кошек● Скидка на картофель● Скидка на говядину
<p>Покупатель Ирина:</p> <p> дети  овощи</p> <p> животные  мясо</p> <p> фрукты</p>	<p> Скидка на фрукты</p>	<ul style="list-style-type: none">● Скидка на цитрусовые● Скидка на огурцы и помидоры

Настройка акции и ее возможные результаты

← Создание кассовой акции - Результат ✎ Черновик 2

Скидка	
Реклама в чеке	Скидка на чек
Купон	Скидки на товары
Бонусы и электронные фишки	Фиксированные цены
Доп. услуга	Товарные наборы
Сообщения	Применение электронных фишек
Информация о подарках	Округление
Терминал SelfScan	Скидка на чек
Счетчик	Цена из товарного справочника
	Внешняя система лояльности
	Применение бонусов
	Скидка на иерархию товарных групп

Значение
20%

Добавленные результаты

Скидка на чек: 20% ✕

[ОТМЕНИТЬ](#) [ПРИМЕНИТЬ](#)

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  

Название: Отток Тип: Статический Инструкция к сегментации

Аудитория 1

По полу Мужской Женский Не определен

+ КРИТЕРИЙ

Сузить аудиторию: ПЕРЕСЕЧЬ

Исключить


Аудитория 2

По общему количеству покупок Кол-во покупок (чеков) от Кол-во покупок (чеков) до

Значения в полях включаются в диапазон

За последние дней

+ КРИТЕРИЙ

Критериям соответствуют **448902** покупателей 

ОТМЕНА **ПЕРЕСЧИТАТЬ И 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 механики
- 10 Автоматизируйте процессы

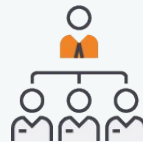
Общайтесь с покупателями



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



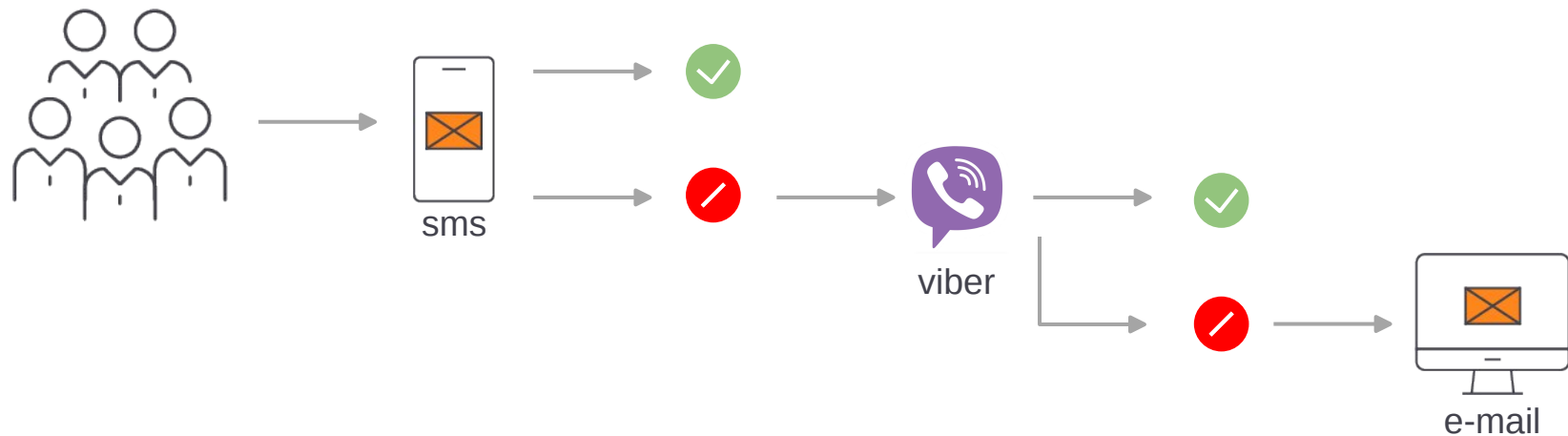
Используйте подстановки
- имя и бонусный баланс, чтобы сделать рассылки эффективнее



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

Инструкция к редактору

Название
Рассылка №1

Аудитория рассылки

Все покупатели

Включить в аудиторию тех, кто НЕ дал согласие

Условия отправки

Условие отправки
Триггер

По дню рождения
За 3 дня до д

Максимальное кол-во сообщений одному покупателю

Дата и время окончания рассылки по триггеру

Каналы

1 SMS

Выберите канал

ДОБАВИТЬ КАНАЛ

SMS

Справочник подстановок

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

Символов без учета подстановок: 79

+7

Тестовое сообщение на номер (900) 000-00-00

ОТПРАВИТЬ

ОТМЕНА

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 механики
- 10 Автоматизируйте процессы

Управляйте базой покупателей



Работайте с базой точно, 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 👤

- Общая информация
- Организации
- Персональные данные
- Карты
- Покупки**
- Бонусы
- Электронные фишки
- Купоны
- Сегменты

🔍 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	🔽
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			>

ОБЪЕДИНИТЬ ПРОФИЛИ

Создан: 19.07.2024 [ОТМЕНА](#) [СОХРАНИТЬ](#)

🗨️ 4

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:

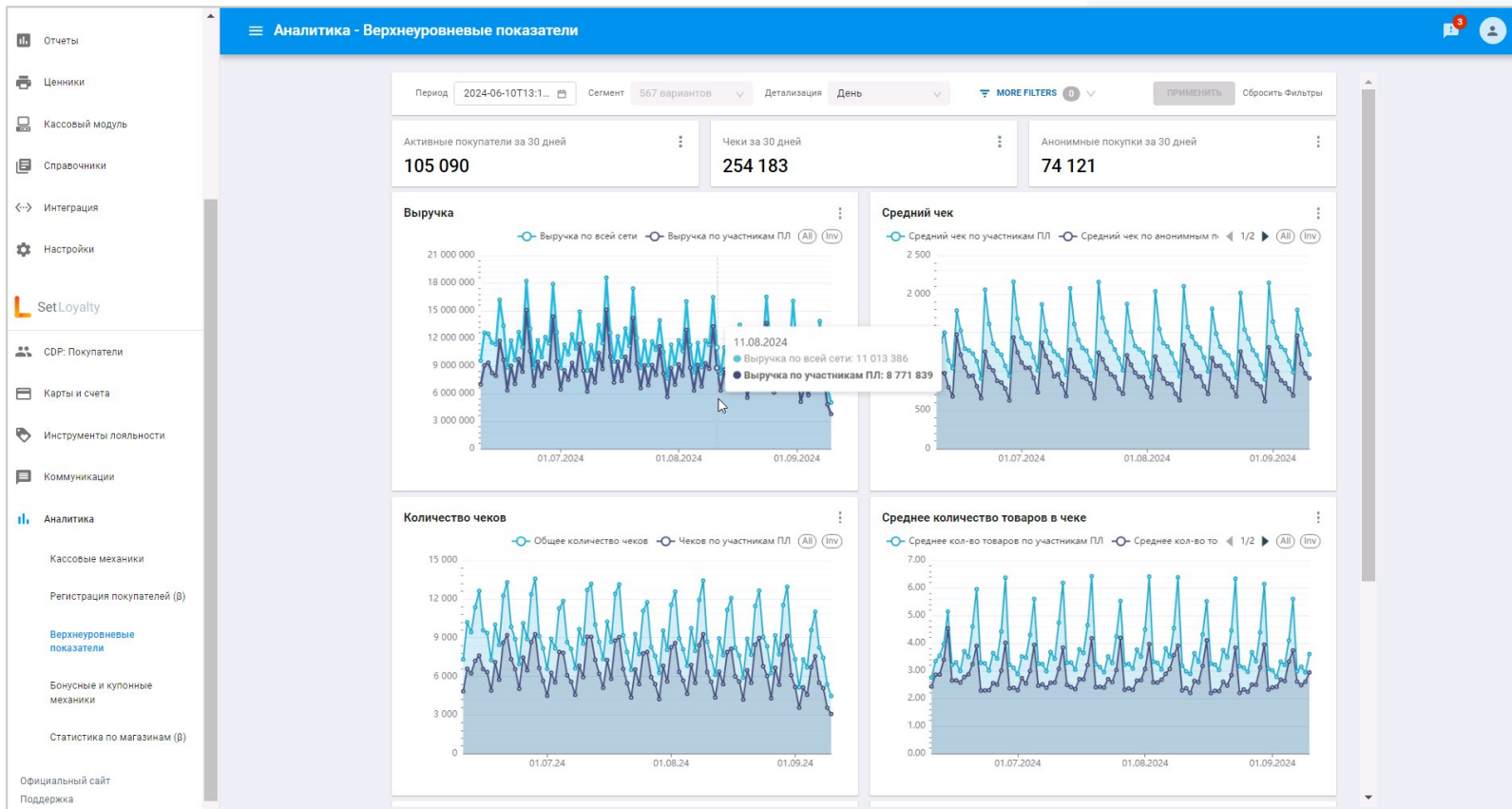
- кол-во чеков по каждой механике,
- оборот в штуках и деньгах,
- количество участников акции,
- сколько бонусов начислено,
- какая скидка в деньгах предоставлена



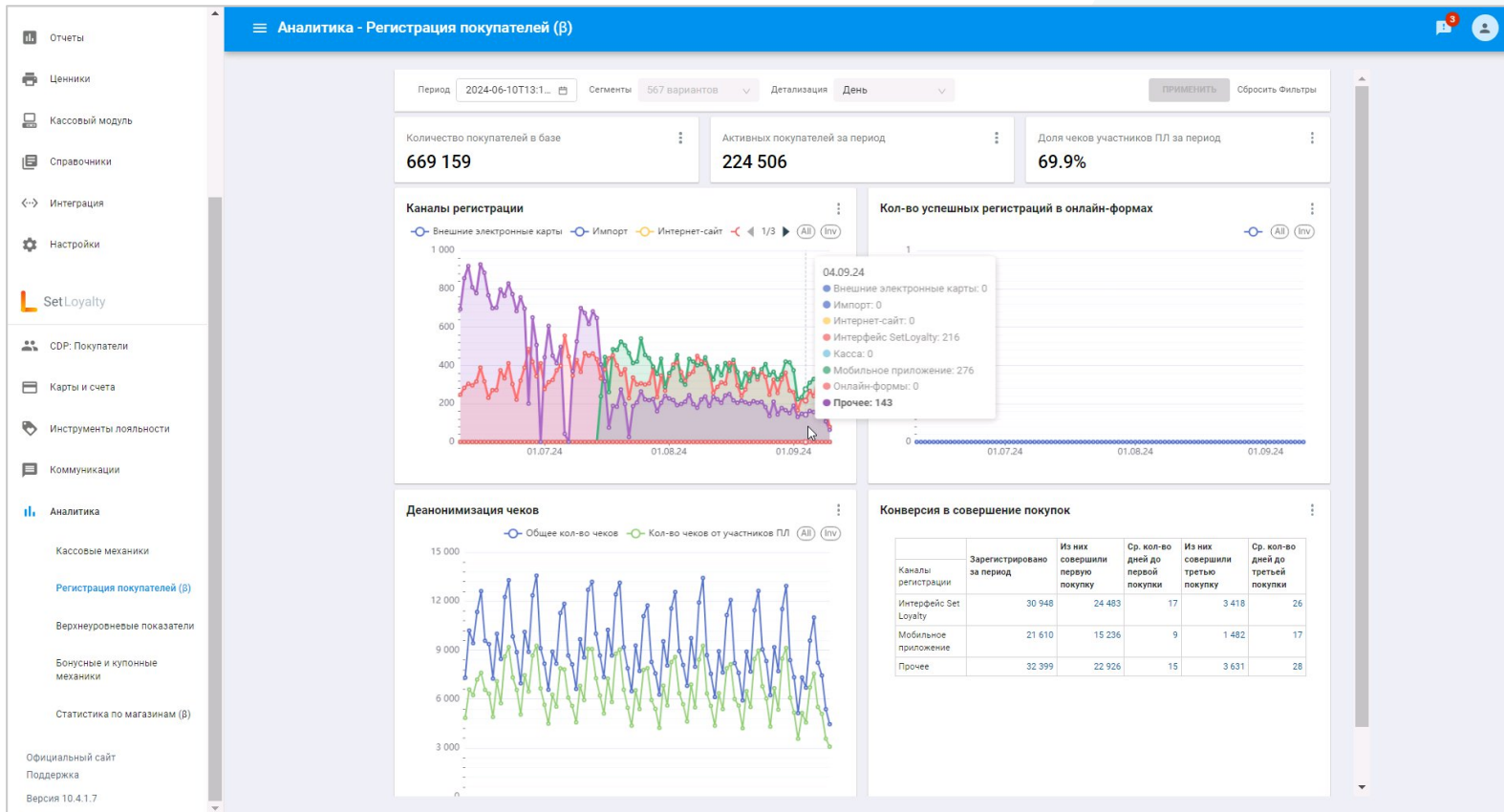
Бонусные и купонные механики

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

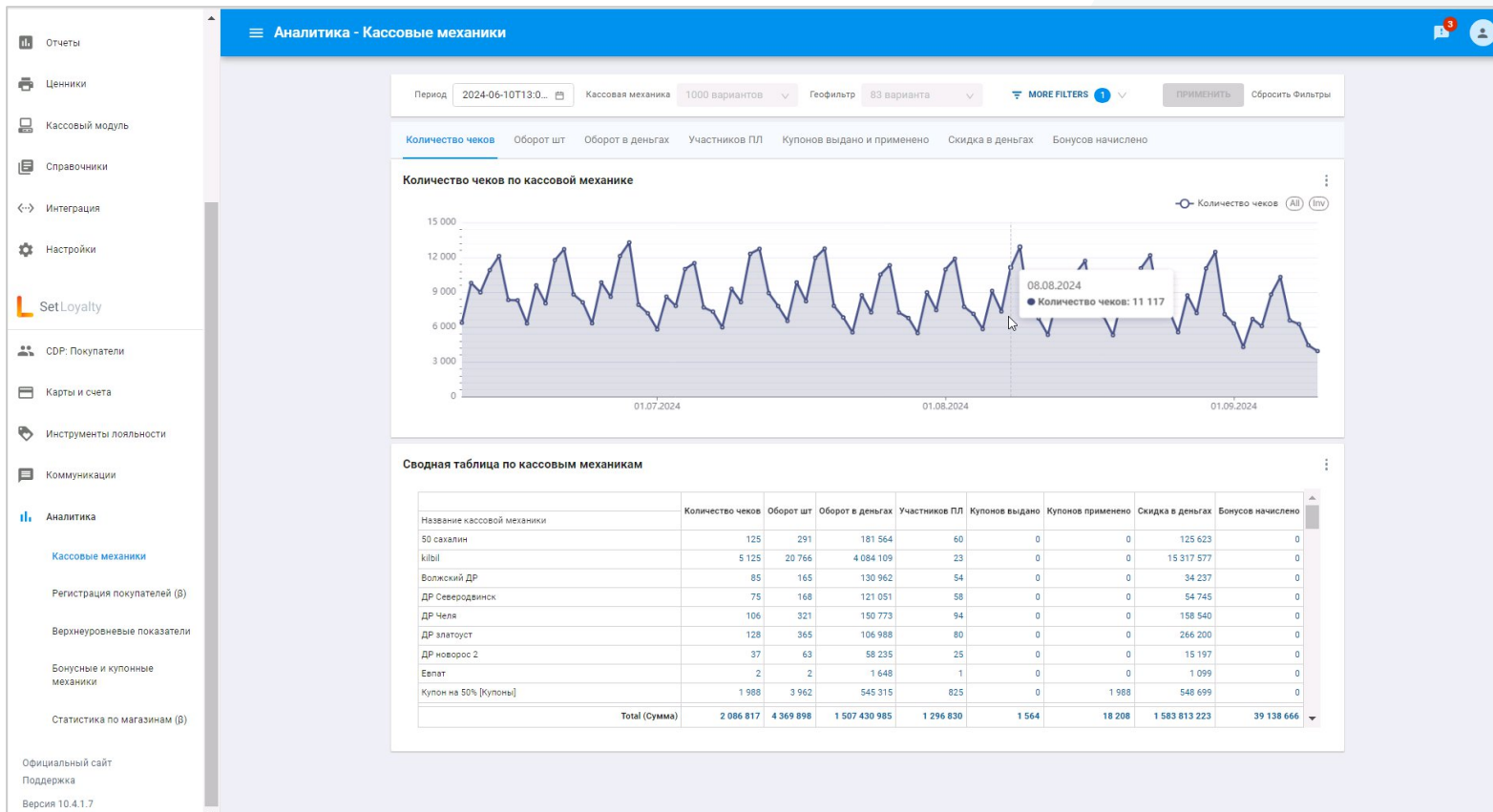
Верхнеуровневые показатели



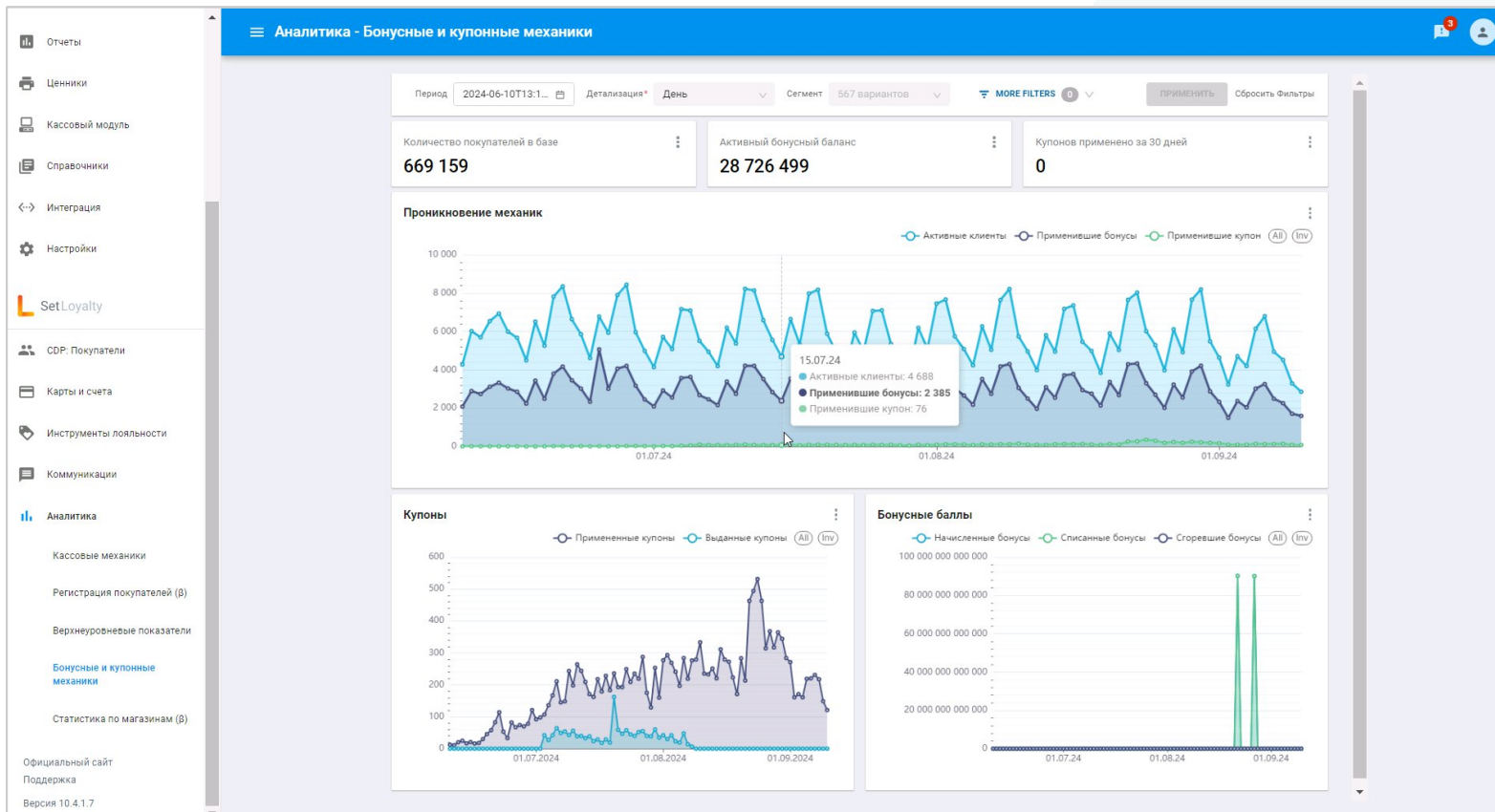
Регистрация покупателей



Кассовые механики



Бонусные и купонные механики



Статистика по магазинам

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)



Создать сайт

Поддержка

Аналитика - Статистика по магазинам (β)

2



По периоду 2024-06-10T13:1...

Город 19 вариантов

MORE FILTERS 0

ПРИМЕНИТЬ

Сбросить Фильтры

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

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**

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

Имя пользователя: [Avatar] 2

Название: Новая рассылка [Инструкция к редактору](#)

Аудитория рассылки

Все покупатели ▾

Включить в аудиторию

Условия отправки

Условие отправки: Триггер

Максимальное кол-во сообщений: [Input]

Дата и время окончания рассылки: [Input]

Каналы

Выберите канал: [Dropdown]

Триггер

- 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

ОТМЕНА СОХРАНИТЬ

ОТМЕНА ЗАПУСТИТЬ СОХРАНИТЬ



Спасибо за внимание

Герман Антонов

Руководитель продуктов лояльности CSI

+7 (999) 219-64-51

E-mail: g.antonov@crystals.ru e.lonshakova@crystals.ru

www.crystals.ru

Приглашаем в наш канал:

https://t.me/sdelali_kassy

