



**Управляйте
лояльностью ваших
покупателей**



Что такое Set Loyalty

Set Loyalty – система для
управления лояльностью
покупателей



Set Loyalty помогает решать задачи:

- отделу маркетинга (директору по маркетингу, интернет-маркетологу, маркетологу-аналитику)
- сотрудникам контакт-центра и стойки информации
- топ-менеджменту компании

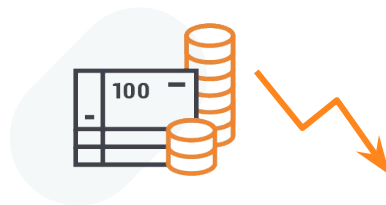


Какие цели ритейла поможет достичь Set Loyalty



Увеличение доходов

- персональные акции
- увеличение LTV покупателей
- персональные коммуникации
- принятие решений на основе аналитики и статистики
- изучение причин оттока



Уменьшение расходов

- за счет использования инструментов ограничения фрода
- ограничения на срабатывание акций
- софинансирование расходов на проведение акций с поставщиками



CDP:
инструменты работы
с данными ваших покупателей



Акции:
инструменты для настройки
механик лояльности



**Set Loyalty — система для управления лояльностью
покупателей**



Коммуникации:
инструменты для настройки
массовых и таргетированных
коммуникаций



Аналитика:
отчеты для аналитики акций
и осознанного управления
программой лояльности

Блоки Set Loyalty:



CDP



Акции



Коммуникации



Аналитика

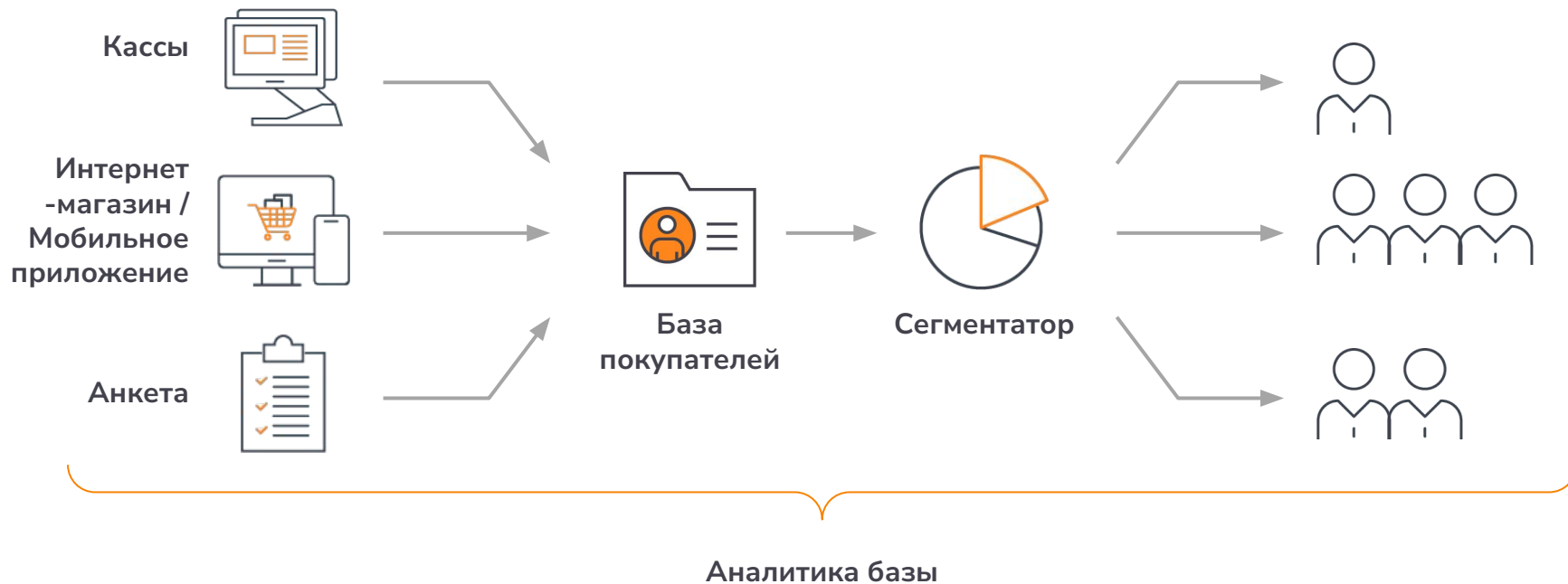


Платформа клиентских данных (CDP)

блок Set Loyalty, в котором собраны инструменты работы с данными ваших покупателей



Платформа клиентских данных в Set Loyalty



Как покупатели регистрируются в Set Loyalty

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



Касса



Интернет-магазин



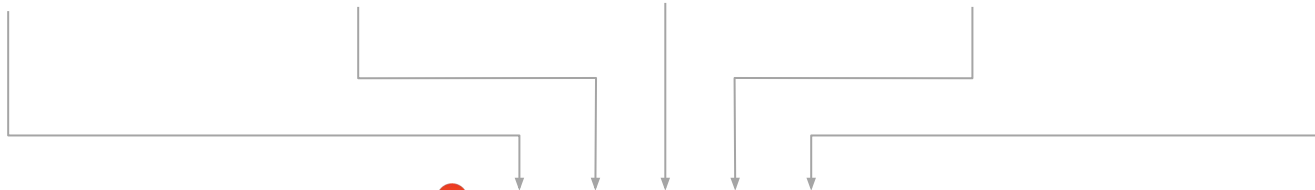
Мобильное приложение



Бумажная анкета



Приложение «Кошелек»



SetLoyalty

Особенности 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.)



Какие полезные функции есть в карточке покупателя в Set Loyalty



- ✓ Редактирование персональных данных
- ✓ Управление картами лояльности
- ✓ Анализ истории покупок
- ✓ Анализ бонусной истории
- ✓ Корректировка бонусного баланса

Для чего нужен сегментатор

Сегментатор Set Loyalty позволяет создавать группы покупателей по разным критериям.

Виды критериев:



по анкетным данным

(дата рождения, наличие детей, домашних животных, автомобиля, согласие на коммуникацию и др.)



по истории покупок

(что покупали, где, когда, в каком количестве, в какое время и т. п.)



Какие еще сегменты можно создать в сегментаторе Set Loyalty:



Статические

обновляются пользователем Set Loyalty вручную



Динамические

автоматически обновляются по заданному пользователем расписанию



«Внешние»

загружаются из внешней системы по правилам, определяемым в ней





















Как сегментация покупателей помогает увеличивать выручку

Сегментация позволяет создать персональную версию программы лояльности для каждого покупателя. Вместо одной акции для всех покупателей запустите десятки и сотни акций только для тех, кому они будут интересны.



Как сегментация покупателей помогает увеличивать выручку

	✗	✓
 дети  животные  фрукты  овощи  мясо	 Скидка на овощи	<ul style="list-style-type: none">● Скидка на детскую одежду● Скидка на курицу● Скидка на корм для кошек
 дети  животные  фрукты  овощи  мясо	 Скидка на мясо	<ul style="list-style-type: none">● Скидка на корм для кошек● Скидка на картофель● Скидка на говядину
 дети  животные  фрукты  овощи  мясо	 Скидка на фрукты	<ul style="list-style-type: none">● Скидка на цитрусовые● Скидка на огурцы и помидоры

Как сегментация покупателей помогает снижать расходы

Мало создать сегмент покупателей. Нужно еще уведомить покупателей из сегмента о том, что им доступны выгодные предложения. Сегментация позволит отправлять сообщения только тем, кто действительно имеет шансы стать участником акций. И не расходовать бюджет на заведомо неперспективных покупателей.



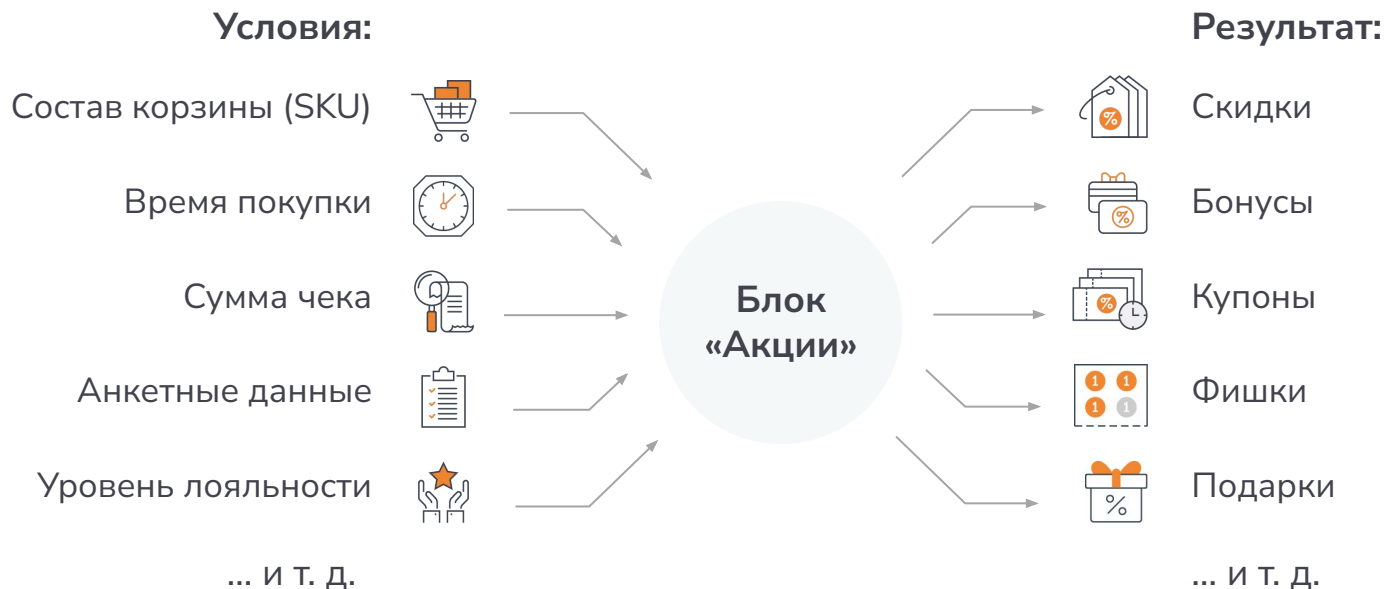
Акции

блок Set Loyalty, в котором собраны инструменты для настройки механик лояльности

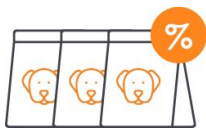


Возможности блока

Акции в Set Loyalty настраиваются через «Условия» и «Результат». «Условия» — это то, что должен выполнить или чему соответствовать покупатель. «Результат» — то, что покупатель получит по итогу акции.



Какие виды акций можно заводить в редакторов акций Set Loyalty



Кассовые

Акции, для применения которых необходим факт совершения покупки. Например, «Скидка 20% при покупке 3 упаковок корма Royal Canin».



Стимулирующие

Акции, для которых факт совершения покупки не обязателен. Например, «Дарим вам 500 бонусных баллов в честь дня рождения. Они уже на вашем бонусном счету».



Какие стимулы можно использовать в акциях Set Loyalty



Скидки



Бонусы



Фишки



Подарки



Купоны

Какие еще механики лояльности есть в Set Loyalty



Подарочные карты

Подарочные карты помогают ритейлу привлекать новую аудиторию. Ваши нынешние покупатели будут дарить карты вашим будущим покупателям.



Уровневые механики

Покупателю присваивается уровень, соответствующий его уровню расходов за неделю, месяц или всю историю покупок. Чем больше расход, тем более выгодные условия обслуживания получает покупатель.



Как правильно управление акциями помогут увеличить доход



Выручка

=



**Количество
покупателей**

- Подарочные карты
- Акции на отток

×



Средний чек

×



**Среднее
число визитов**

- Акции на товары следующего ценового уровня
- Акции на родственные категории товаров
- Акции «Скидка на набор»
- Акции с тающими скидками
- Акции с ограничениями по времени участия

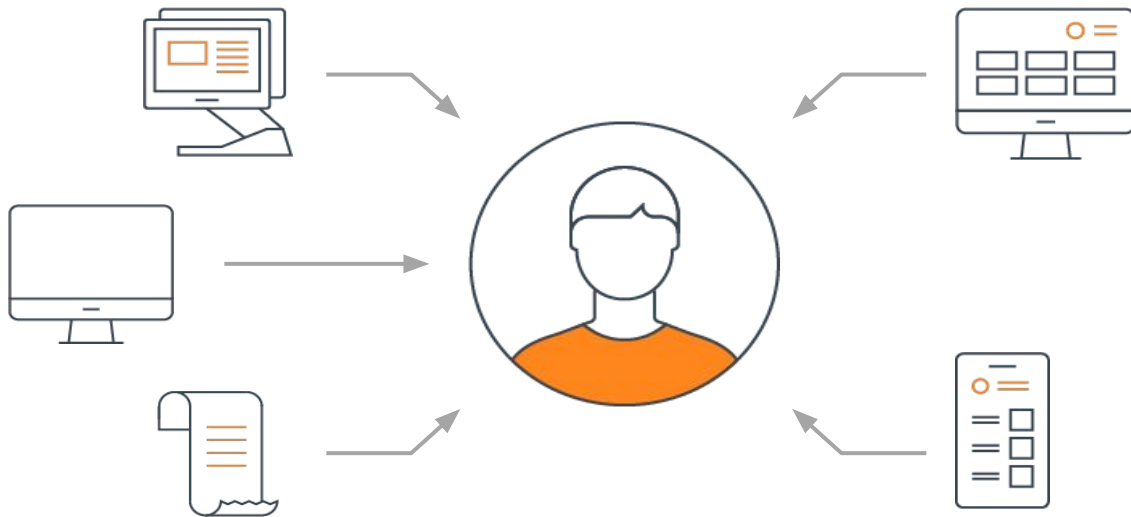
Коммуникации

блок Set Loyalty, в котором собраны инструменты для запуска массовых и таргетированных рассылок покупателям



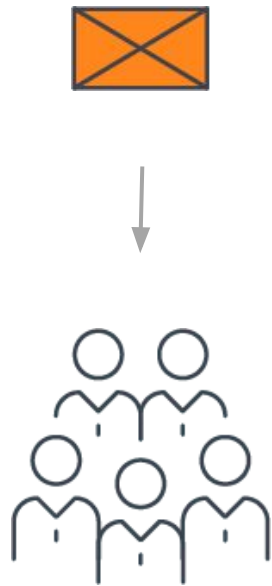
Коммуникации

Коммуникации – это блок Set Loyalty, который помогает настроить персонализированные рассылки покупателям

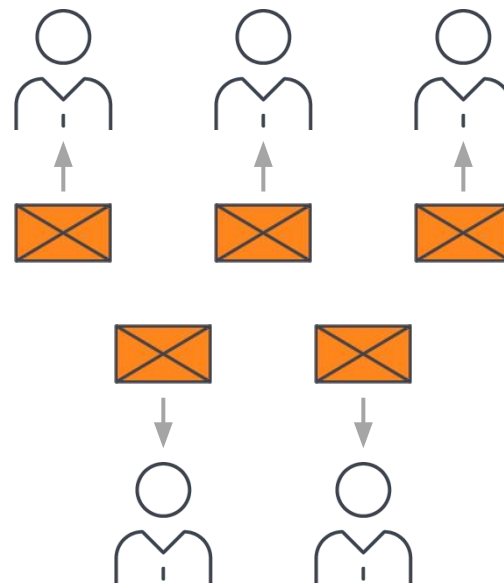


Какие рассылки можно запустить в Set Loyalty

Массовые рассылки

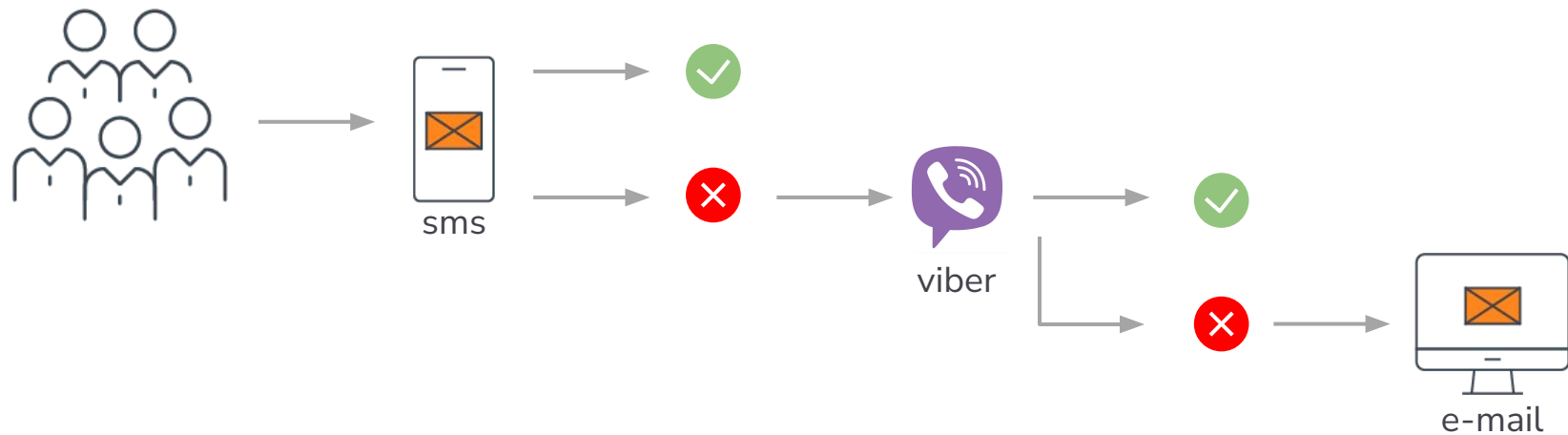


Триггерные рассылки



Что такое каскадный принцип отправки сообщений

Алгоритм рассылки, позволяющий охватить максимум аудитории:



Аналитика

блок Set Loyalty, в котором собраны отчеты для аналитики акций и осознанного управления программой лояльности



Функциональность блока



**Аналитика
акций**



**Отчеты для диагностики
программы лояльности**



Аналитика акций



Акция

Оборот

Участников

Бонусов

Купонов

Сумма скидки

и т.д.



По сегментам



По периодам



По каналу продаж



В динамике

Какие выводы помогут сделать отчеты блока Аналитика

Ставьте цели акций и
контролируйте их достижение

Массовые акции:

Скидка
на мясо

3 руб.



100 000 чел.

Персональные акции:

Скидка
на курицу

3 руб.



15 000 чел.

Скидка
на овощи

3 руб.



30 000 чел.

Скидка на
школьную
форму

3 руб.



14 000 чел.

Конверсия в участие
в акцию 5%

=> стоимость одного
участия

= 60 рублей

Конверсия в участие
в акции 10%

=> Стоимость одного
участия

= 30 рублей.

Аналитика по ВУ-показателям



Выручка

=



Кол-во
покупателей

×



Среднее кол-во
визитов

×



Средний чек



SetLoyalty



CDP:

- Базовая лицензия
- Онлайн-каналы регистрации
- Сегментация по онлайн-покупкам



Акции:

- Кассовые механики
- Уровневые механики
- Стимулирующие механики
- Расчет акций на онлайн-ресурсах



Коммуникации:

- E-mail
- SMS
- Viber
- Сообщения в торговом зале



Аналитика:

- Аналитика акций
- Аналитика по ВУ-показателям

Спасибо за внимание

Герман Антонов

Руководитель продуктов лояльности CSI

+7 (999) 219-64-51

E-mail: g.antonov@crystals.ru

www.crystals.ru

Приглашаем в наш канал:

https://t.me/sdelali_kassy

