

Программы Лояльности

Подход, основанный на данных



- Проведём аудит уже существующей программы лояльности, определим её эффективность, дадим рекомендации по улучшению

- 
- Проведём аудит уже существующей программы лояльности, определим её эффективность, дадим рекомендации по улучшению
 - Выберем подходящий для вашего бизнеса тип программы лояльности

- 
- Проведём аудит уже существующей программы лояльности, определим её эффективность, дадим рекомендации по улучшению
 - Выберем подходящий для вашего бизнеса тип программы лояльности
 - Рассчитаем финансовую модель программы лояльности: соберём данные и определим условия, выгодные и для бизнеса, и для покупателей

- 
- Проведём аудит уже существующей программы лояльности, определим её эффективность, дадим рекомендации по улучшению
 - Выберем подходящий для вашего бизнеса тип программы лояльности
 - Рассчитаем финансовую модель программы лояльности: соберём данные и определим условия, выгодные и для бизнеса, и для покупателей
 - Рассчитаем прогноз прироста оборота и прибыли от программы лояльности

**Мы исходим
из двух тезисов**

Программа лояльности должна:

Приносить бизнесу дополнительный доход

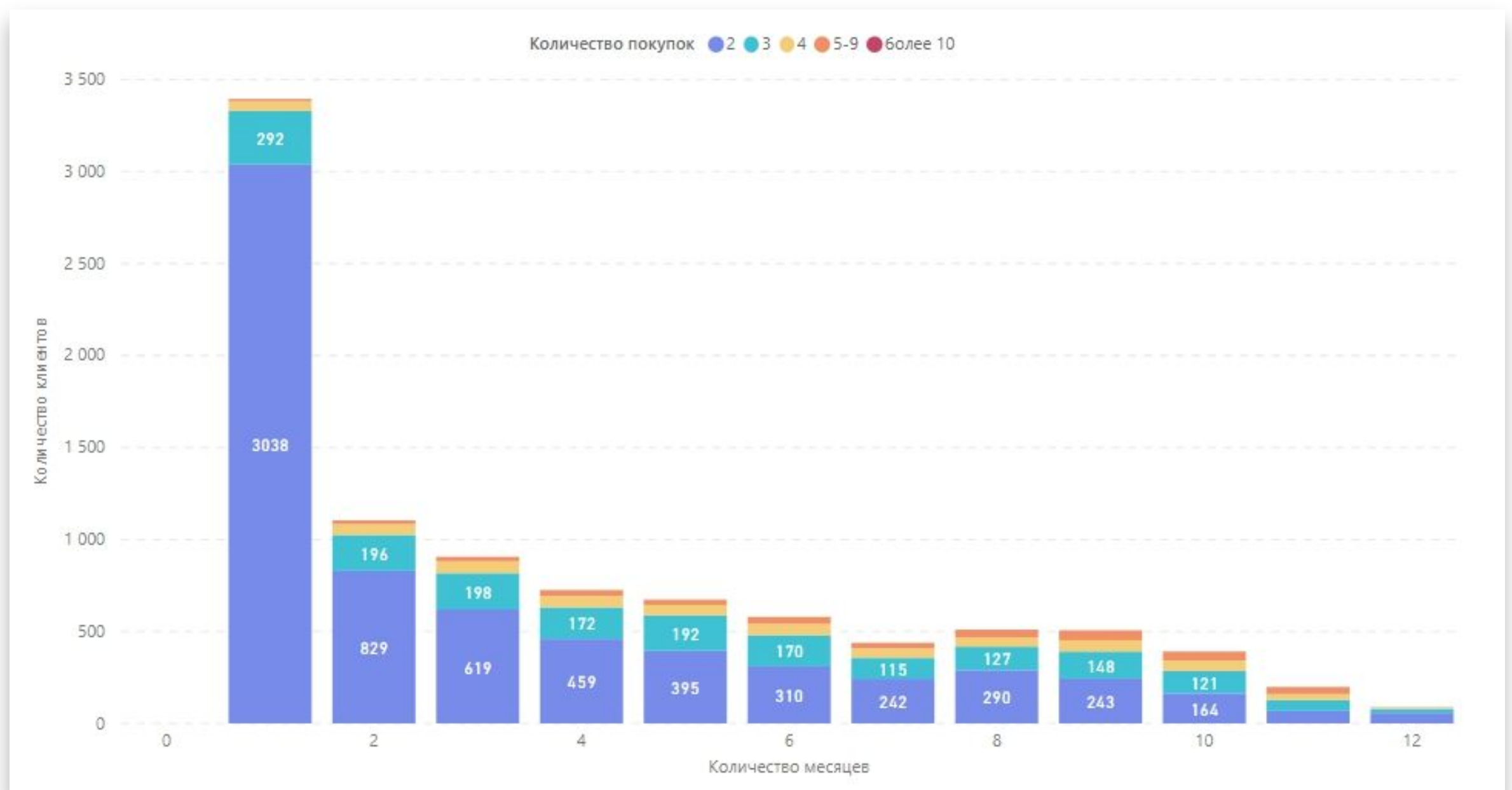
Иногда программы лояльности внедряются ради программы лояльности. В лучшем случае такой подход ничего не даст бизнесу. В худшем — обернётся необоснованными тратами.

Стимулировать клиентов покупать больше

Частая ошибка программ лояльности — они стимулируют к покупкам тех клиентов, которые и без того лояльны и готовы тратить. Хорошая программа лояльности стимулирует почти лояльных перейти в статус лояльных, а уже лояльных — тратить ещё больше.

**Наш подход основан
на скрупулёзном
изучении данных**

Сколько клиентов покупают повторно, как часто и на какие суммы



Что будет, если конверсия из первой покупки во вторую вырастет на X%

клиенты с 1 покупкой			клиенты с 2 покупками			Оборот	
было	33656	82%	было	5219	13%	было	142 886 927 Р
стало	29572	72%	стало	9303	23%	стало	151 073 918 Р

Если конверсия из первой покупки во вторую вырастет на 10%, оборот вырастет на 8 186 991 рублей

Как клиенты пользуются промокодами

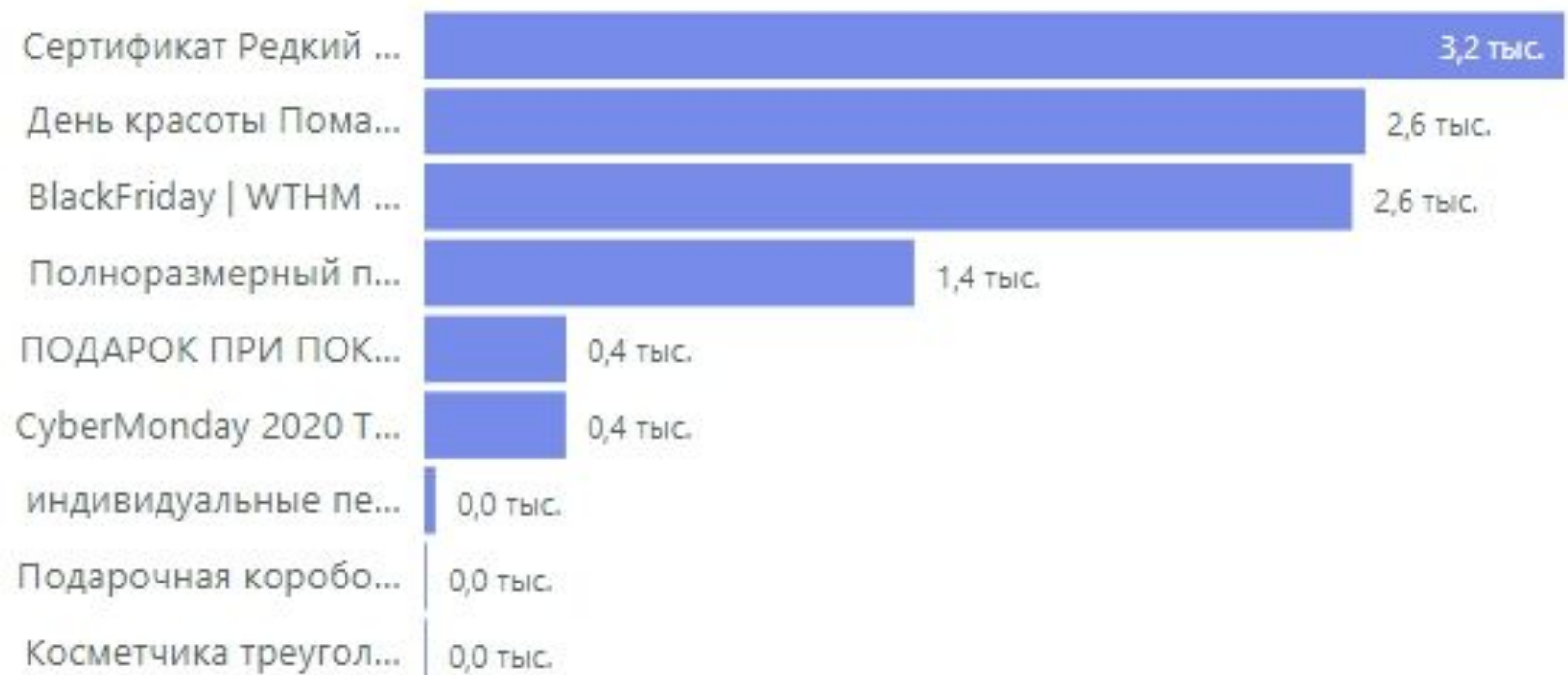
47704

Всего покупок

11063

Покупок с промокодом

Распределение покупок с промокодами



**Эти и другие данные мы
выгружаем, обрабатываем
и анализируем, чтобы получить
максимально точный прогноз
по программе лояльности**

**Разрабатываем для
вас программу
ЛОЯЛЬНОСТИ**

1. Выберем подходящий тип программы лояльности

Соберём данные о покупках и поведении клиентов: среднем чеке, частоте покупок, количестве повторных клиентов и выберем подходящий тип программы лояльности

- накопление баллов;
- доступ к дополнительным привилегиям;
- многоуровневая система скидок;
- отчисления в благотворительные фонды;
- нематериальное вознаграждение;
- подписка на программу лояльности.

[Больше о типах ПЛ можно узнать в нашей статье](#)

2. Посчитаем прогноз продаж

На основе полученных данных проанализируем объём продаж, который можно ожидать без внедрения программы лояльности.

	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Итого
Клиенты	3 736	2 728	1 382	5 470	6 632	7 135	23 020
Покупки	4 296	3 137	1 589	6 290	7 295	7 849	25 888
Средний чек, ₽	2 038	1 853	2 329	1 957	1 795	2 181	2 026
Оборот, ₽	8 754 349	5 814 423	3 700 947	12 307 947	13 091 833	17 121 126	60 790 625

3. Построим финансовую модель программы лояльности

Определим гипотетические условия будущей программы лояльности:

- если баллы, то сколько начислять, как часто они будут сгорать, за какие категории давать повышенные баллы;
- если скидки, то какие, от каких сумм покупок, какие будут условия для поддержания статуса.

4. Рассчитаем прибыль от программы лояльности

Берём данные о клиентах и покупках за прошедшие периоды и накладываем их на гипотетическую модель программы лояльности. Таким образом получаем прогноз прироста оборота и прибыли, которые можно ожидать от внедрения ПЛ.

без ПЛ		с ПЛ	
клиенты	422 609	клиенты	452 191 + 7%
покупки	581 289	покупки	621 979 +7%
ср.чек	2 150	ср.чек	2 196 +2%
оборот	1 249 771 350	оборот	1 366 000 086 +9%
		затраты на скид	15 204 654
		апифт	101 024 082

У нас есть опыт

Рассчитали программу лояльности для косметического бренда:

- 1 выгрузили данные о транзакциях и клиентах;
- 2 составили прогноз продаж;
- 3 выявили группу лояльных, проанализировали суммы и частоту их покупок;
- 4 посчитали количество клиентов, которым легко допродать до нового статуса в ПЛ;
- 5 посчитали, какой плюс к обороту получим, если часть этих людей перейдут в новый статус;
- 6 делали расчёты для трёх моделей ПЛ, отдельно для онлайн и офлайна, в трёх вариантах: пессимистическом, нейтральном, оптимистическом.

Выбранная модель:

многоуровневая система скидок

5% от 3 000 рублей

10% от 10 000 рублей

15% от 17 000 рублей

По прогнозу должна принести

+101 024 082

рублей к обороту

**Проведём аудит
существующей
программы
лояльности**

Соберём данные о транзакциях, клиентах, а/б тестах в отчёт и разберёмся:

- что получает бизнес от программы лояльности;
- правильно ли выбрана модель программы лояльности;
- стоит ли изменить условия для участия в программе лояльности;
- дадим рекомендации по корректировке условий программы лояльности.

Коротко о нас



Мы — Email Soldiers:



В компании 74 человека, но эта цифра быстро растёт



Офис в центре Рязани, встречи с клиентами в любом городе и онлайн



Работаем с ноября 2014 года



За это время работали со 150+ клиентами

A professional studio portrait of three individuals against a dark, textured background. In the center stands a middle-aged man with short, light-colored hair and glasses, wearing a dark blue button-down shirt. To his left is a woman with long, dark hair, wearing a light blue button-down shirt with her arms crossed. To his right is a woman with long, straight blonde hair, wearing a light blue button-down shirt with her hand on her hip. The text 'У нас своя команда аналитиков' is overlaid in white, bold, sans-serif font across the lower half of the image.

**У нас своя команда
аналитиков**

Мы пишем про программы лояльности

Кейс про то, как мы считали ПЛ для нашего клиента

Статья о типах программ лояльности

Давайте работать?

manager@emailsoldiers.ru

emailsoldiers.ru