

ВНЕДРЕНИЕ ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ

Описание предложения

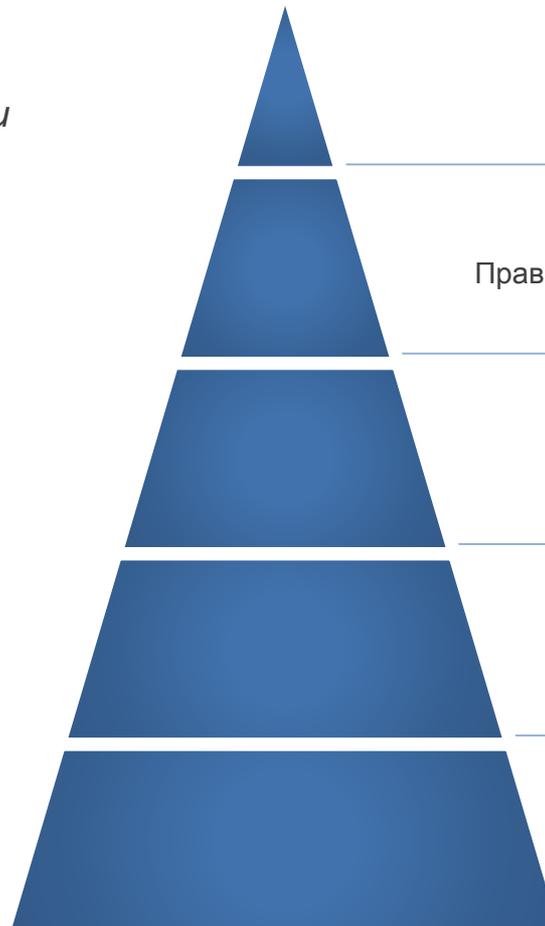
НАШЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Внедрение программы лояльности для получения дополнительной прибыли от уже существующих клиентов и оптимизации затрат на маркетинг.



КОМПОНЕНТЫ ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ

Наш подход к разработке и внедрению программы включает в себя разработку и внедрение всех необходимых функций – от стратегии до операционной поддержки.



Стратегия программы

Цели и задачи программы
Ключевой сегмент программы

Дизайн программы

Правила начисления и списания привилегий
Условия вступления в программу

Поддержка программы

Продвижение программы
Операционная поддержка
Юридическое обеспечение

Управление программой

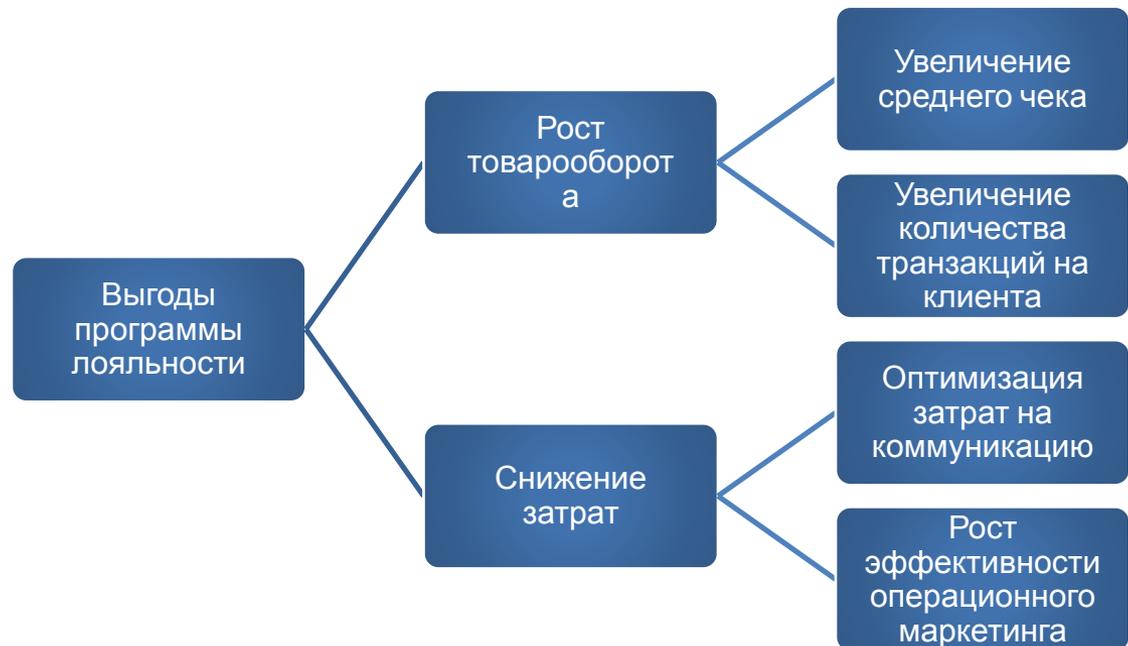
Отчетность по программе
Исследования удовлетворенности
Исследования лояльности

Инфраструктура программы

Управление данными
Процессинг привилегий
Интеграция

ВЫГОДЫ ПРОГРАММЫ

Внедрение программы лояльности позволит обеспечить рост основных бизнес-показателей, таких как выручка, средний чек и количество визитов, а также будет способствовать оптимизации маркетинговых затрат.



ПОДХОД К РЕАЛИЗАЦИИ

Объем проекта включает в себя все необходимое для успешного старта программы – разработку стратегии и дизайна программы, сопровождение внедрения необходимого ИТ решения, адаптацию изменений на уровне операционной бизнес-практики.



ПРОЕКТНАЯ МЕТОДОЛОГИЯ

Наша проектная методология включает в себя все необходимые компоненты для успешного запуска программы и позволяет гарантировать преемственность изменений на всех фазах проекта.



УПРАВЛЕНИЕ ЦЕННОСТЬЮ КЛИЕНТОВ В РОЗНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Описание предложения

НАШЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Внедрение персонализированного маркетинга на основе определения стратегических целей компании по отношению к каждому конкретному клиенту и анализа его покупательских предпочтений.



ТИПЫ ПЕРСОНАЛЬНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ

Персональные предложения – это эффективный инструмент развития активной клиентской базы. Они могут быть ориентированы либо на генерацию дополнительной выручки от клиента, либо на увеличение активного периода взаимодействия с ним.

Рост среднего чека



Кросс-продажи

Дополнительные продажи

Стимулирование



Рост количества визитов

Увеличение объема покупок

Сохранение клиентов



Сохранение склонных к оттоку

Возврат «спящих» клиентов

Максимизация прибыли от клиента
Увеличение длительности активного
сотрудничества

ВЫГОДЫ РЕШЕНИЯ

Применение аналитики позволит направлять маркетинговый бюджет на клиентов с наивысшим потенциалом отклика и добиваться роста основных показателей бизнеса за счет адресного взаимодействия, а также будет способствовать более эффективному использованию бюджета на коммуникацию и росту операционной эффективности.



ПРОЕКТНАЯ МЕТОДОЛОГИЯ

Мы готовы обеспечить быстрый запуск благодаря использованию собственной проверенной проектной методологии, в рамках которой мы берем на себя не только содержательную часть, но и проектное управление.



ОПЕРАЦИОННЫЙ CRM ДЛЯ РОЗНИЧНОГО БИЗНЕСА

Описание предложения

НАШЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Внедрение и интеграция операционного решения для хранения клиентских данных, управления персонализированной коммуникацией и реализации массовых промо и персональных предложений при расчете чека на кассе.



ОПИСАНИЕ ФУНКЦИОНАЛА

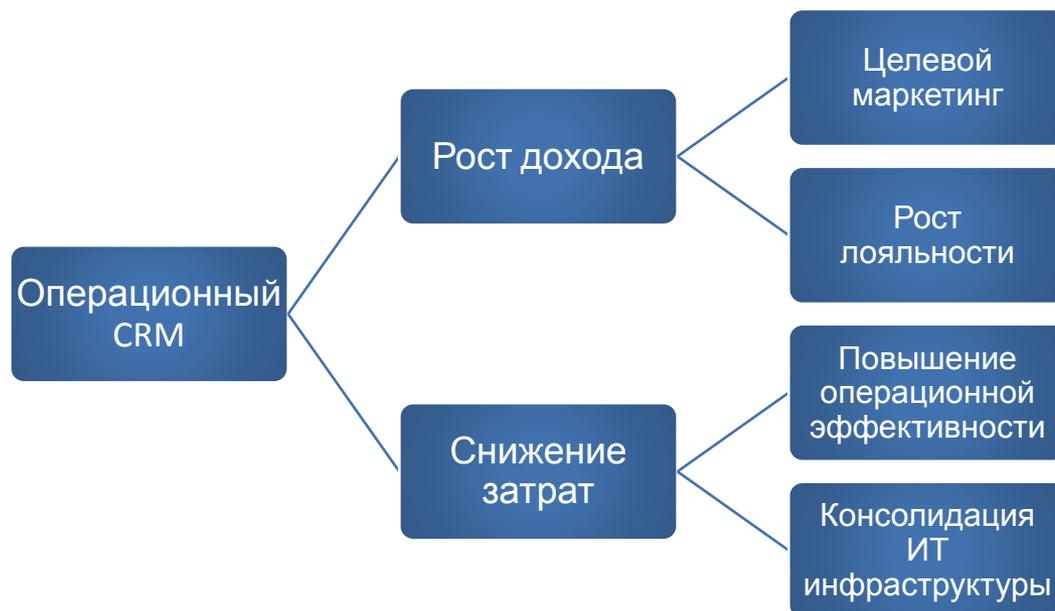
Операционный CRM – это хранилище клиентских данных, центр управления кросс-канальной персонализированной коммуникацией с клиентами и система для реализации всех специальных предложений (как массовых, так и персональных), основанная на единой логике их приоритезации.

Также операционный CRM может выступать в качестве платформы для реализации личного кабинета и мобильного приложения для клиентов.



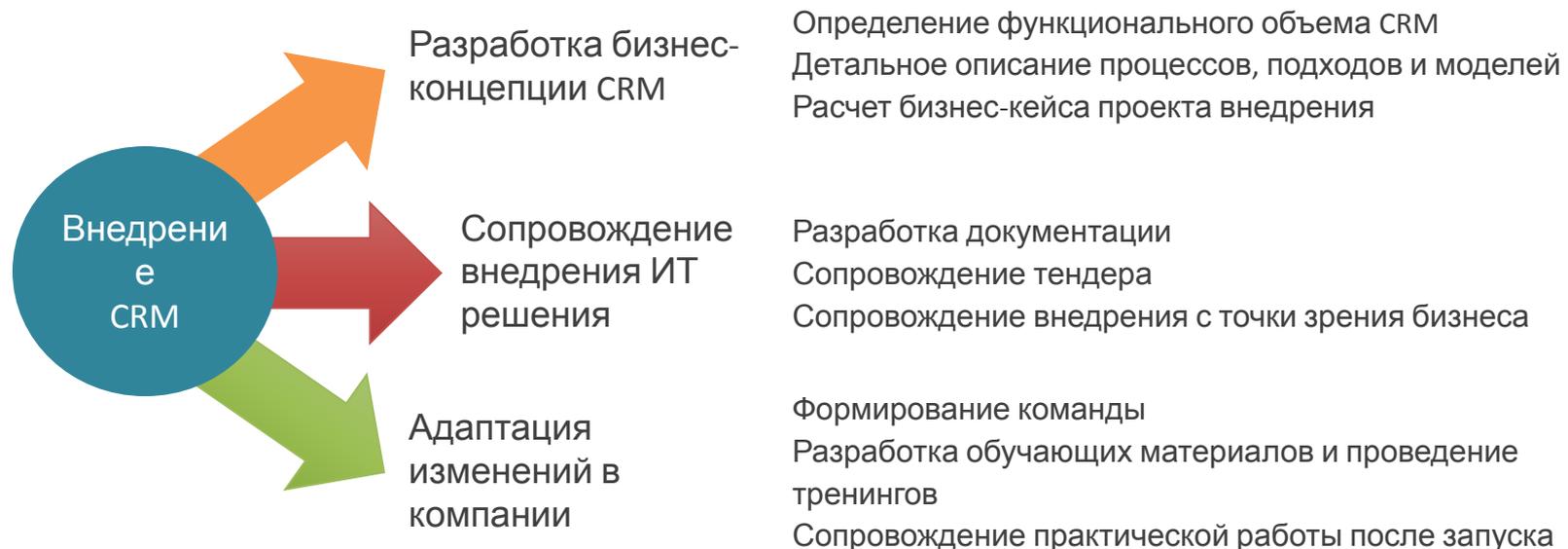
ВЫГОДЫ РЕШЕНИЯ

Внедрение операционного CRM будет способствовать росту получаемой от клиентов выручки за счет релевантных специальных предложений и увеличения лояльности, позволит повысить эффективность операционного маркетинга благодаря автоматизации процессов, а также оптимизировать ИТ инфраструктуру за счет консолидации функции управления скидками и специальными предложениями.



ПОДХОД К РЕАЛИЗАЦИИ

Наш подход к реализации проекта включает в себя три основных аспекта: определение функционального объема CRM и детальное описание всех операционных процессов и подходов, сопровождение внедрения ИТ решения и адаптацию всех изменений на уровне повседневной бизнес-практики.



ПРОЕКТНАЯ МЕТОДОЛОГИЯ

Реализация проекта основана на нашей собственной отработанной проектной методологии, обеспечивающей последовательность внедрения изменений и их преемственность.

