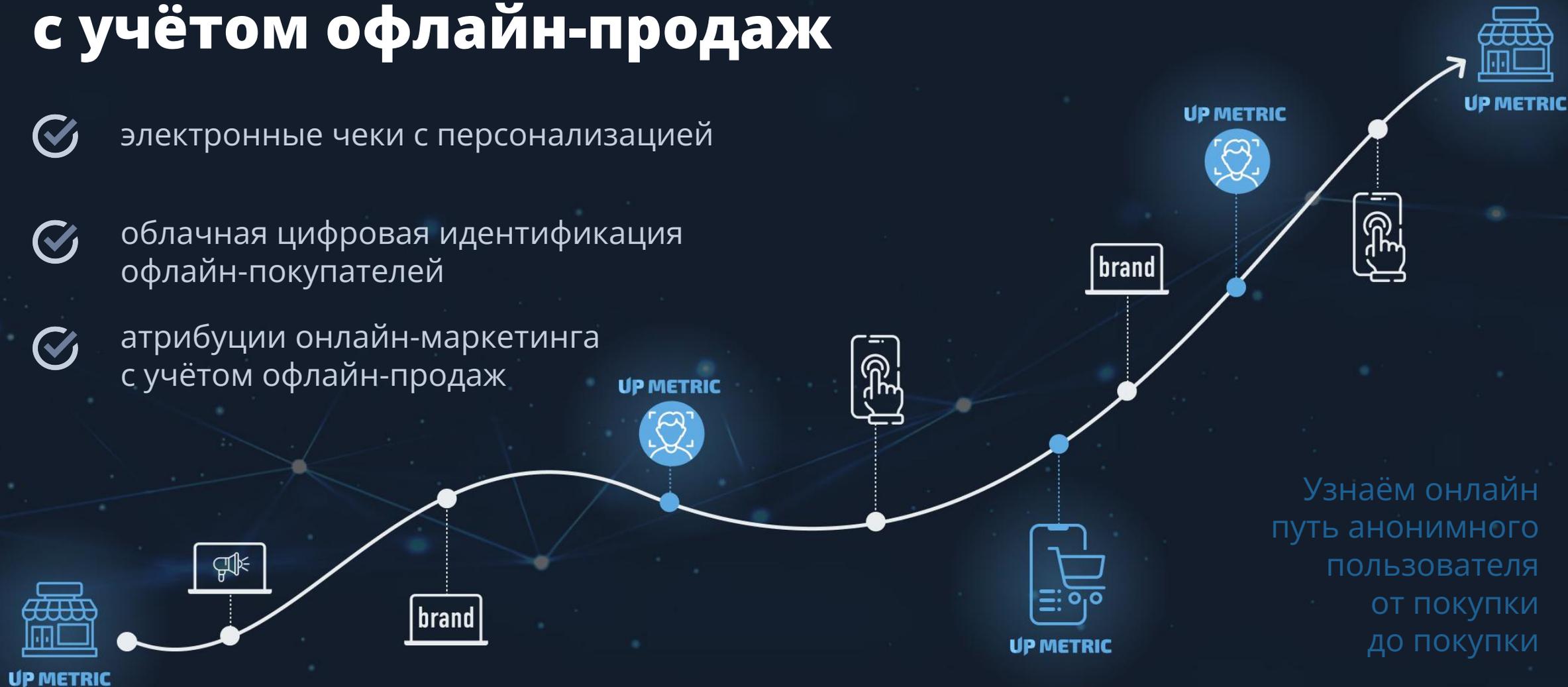


AI-система эффективности цифрового маркетинга с учётом офлайн-продаж

UP METRIC

- ✔️ электронные чеки с персонализацией
- ✔️ облачная цифровая идентификация офлайн-покупателей
- ✔️ атрибуции онлайн-маркетинга с учётом офлайн-продаж



Наши клиенты



Регистрация в Программу лояльности из е-чека

7-13%



Измерение ROPO оборота

50%+



Повторные покупки в магазине

до 20%



UNITED COLORS OF BENETTON.



ПЕТРОВИЧ



ORMATEK



ТВОЕ



kcentr.ru

Ограничения физического ритейла

- Как идентифицировать всех клиентов?
- Как соединить их онлайн и офлайн путь к покупке?
- Как создать единый профиль на основе офлайн и онлайн поведения?
- Как оптимизировать онлайн рекламу для увеличения офлайн продаж?



Наш опыт



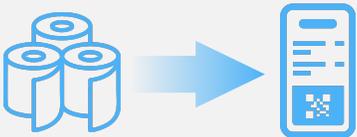
Наш сервис основан на интеграции цифровой идентификации в ритейл, что позволяет нашим клиентам **идентифицировать 90%+ покупателей в офлайн**, выходить за рамки возможности CRM в анализе и коммуникации



Мы даем возможность ритейлерам создавать **digital-профиль покупателей** в офлайн-магазине и объединять его с поведением в онлайне **для повышения точности сквозной аналитики**



Технология iDentityUP позволяет **идентифицировать анонимных посетителей** сайта и более 50% ROPO-сессий покупателей (совершивших покупку в магазине, но изучавших продукт на сайте)



Наши клиенты полностью переходят на е-чеки взамен бумажным для максимизации бизнес-эффекта и как элемент развития покупательского опыта



Реализация сервиса позволяет ритейлерам повысить лояльность, **увеличить конверсию и количество повторных покупок**

Как работает решение

ОФД/ФНС **UP METRIC**



Данные транзакции



Отправка е-чека через каскад



Push (приложение)



E-mail



Koshelek



VK / OK | TG



CRM



Примите участие в Программе лояльности!

Зарегистрироваться

Нажимая на кнопку я принимаю условия обработки и защиты персональных данных и даю согласие на регистрацию в Программе лояльности

Промокод со скидкой XX% следующей покупке

PROMOKOD2022

Активен ещё: 13 дней, 23 часа, 59 минут 13 секунд

Активировать

BRAND&БРЕНД

+7 495 123-45-67

Кассовый чек

Приход Документ № 0229384981

Наименование первого товара	1 x 18 300.00
Скидка 30%	5 490.00
НДС 20%	3 660.00

Наименование второго товара	1 x 6 399.00
НДС 20%	1 279.80

Итого 24 699.00

Сумма НДС 20%	4 939.80
Наличными	25 000.00
Получено	24 699.00

Персональные предложения в точке продаж

Рост числа участников ПЛ

Дополнительные продажи прямо из е-чека

Заполнение профиля пользователя в ПЛ

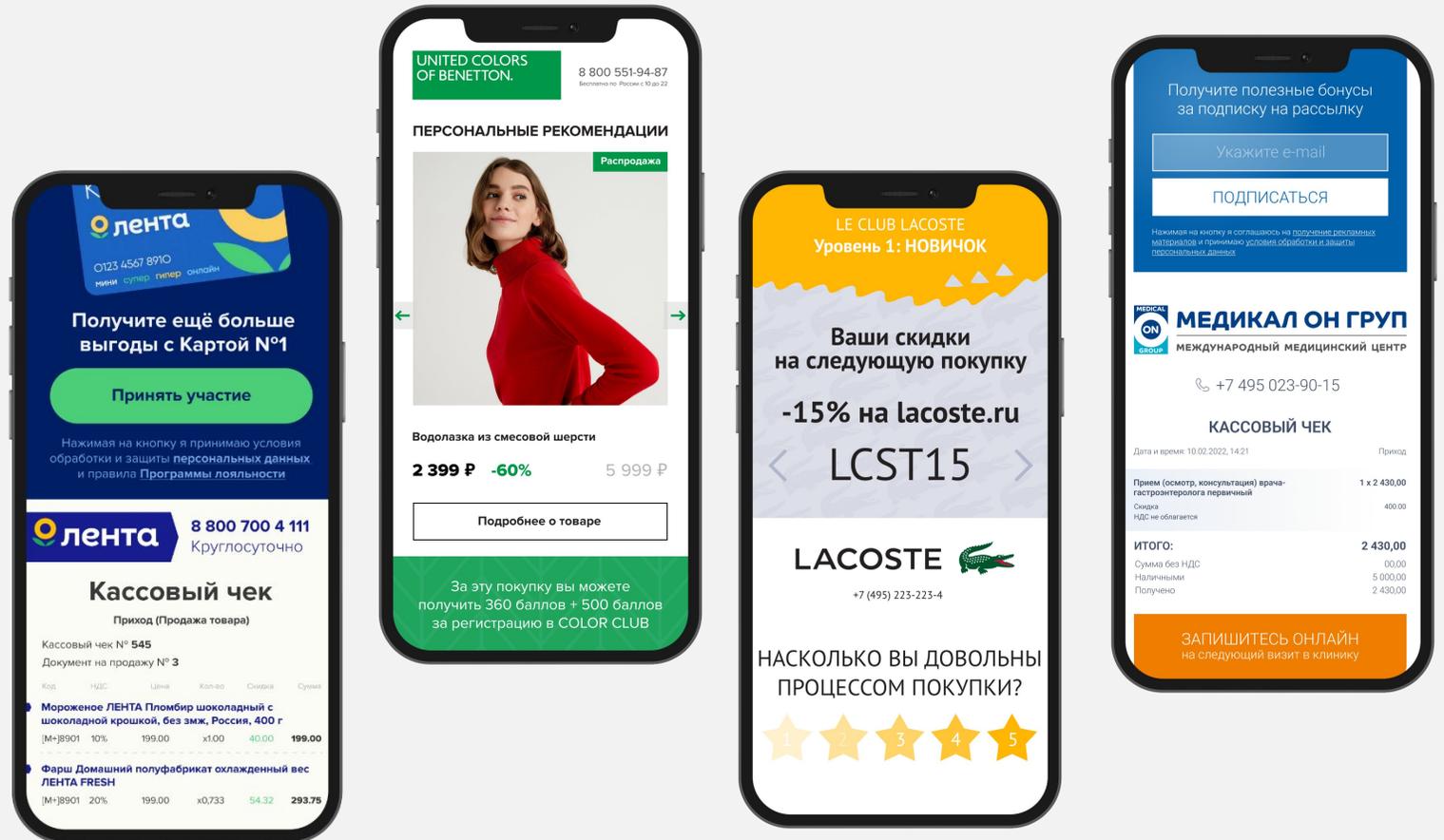


Е-чек – цифровой профиль офлайн-покупателя

Более 90%

Возможность идентификации
ваших пользователей

Виртуальная CRM



29% чеков на рынке электронные

Первый ОФД

Электронная копия чека

Открыть чек в браузере.
Переходя по ссылке, вы соглашаетесь с Правилами использования cookie-файлов и с Политикой обработки персональных данных.

ООО "Городской Супермаркет"
ИНН: 7705466989
Супермаркет "Азбука Вкуса"
119415, г. Москва, Ул. Удальцова, д. 1

Кассовый чек. Приход

Смена №: 363
Чек №: 36
27.09.2020 14:27

Кассир: УДОВИЧЕНКО МАРИНА
ИНН кассира: 690893851830

№	Наименование	Цена за ед.	Кол.	Сумма
1.	Драже Тис Тас апельсин 16 г Польша Полный расчет НДС 20%	52,00	1	52,00
Итого стоимость продажи				52,00
НДС 20%				8,67
ИТОГО:				52,00
Безналичными				52,00

РН ККТ: 0001633468026797
№ ФД: 55497
№ ФН: 9251440300227597
ФПД: 617635937
Версия ФФД: 1.05



Налогообложение ОСН
Сайт ФНС www.nalog.ru
Эл. почта отправителя echeck@1-ofd.ru
Телефон или эл. почта покупателя Daniel.drazner@gmail.com

ОФД vs UPMETRIC

Скачивайте
мобильное
приложение
«Азбука вкуса»



ДОСТУПНО В
Google Play



8 (800) 700-34-87
Приём заказов

КАССОВЫЙ ЧЕК

Творог Коломенский с вареньем
179.00 x 1 179.00
в т.ч. НДС 10% 16.27

Йогурт Полезные продукты 2,5%
98.90 x 2 199.35
в т.ч. НДС 20% 35.82

Зубрая паста Splat Бережное отбеливание
175.90 x 1 175.90
в т.ч. НДС 20% 32.71

CMS для персонализации е-чеков без вовлечения IT-ресурсов

Показатели лучше чем в e-mail рассылках!

+22%

Open Rate

до 13%

Новых регистраций в CRM

до 7%

Установок МП

до 21%

Повторных продаж в магазинах по промокоду

до 17%

Обновлений профиля пользователя (ФИО, ДР, email)

Интеграция с коннекторами за 2 недели



UP METRIC



Редактирование шаблона

Сохранить



Имя шаблона: Askona - главный шаблон

Элементы

Превью

320 pix 640 pix

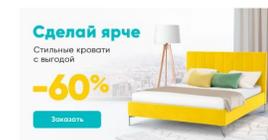
Шаблон: начало
CSS-стили



Графика
Логотип



Графика
Главный баннер



Тело е-чека
Имя элемента



HTML
Итого



Соцсети
ВК, ОК, ТГ



QR-код
Имя элемента



Шаблон: конец
Футер



Сохранить

UP METRIC

Что это даёт покупателям?



Электронный чек не потеряется и всегда рядом: в телефоне, в мобильном приложении или в личном кабинете

- **Выгода:** персональные акции, предложения
- **Экологичность:** забота о природе
- **Безопасность:** бесконтактная покупка
- **Удобство:** полезный контент
- **Обратная связь:** отзывы и сервисная поддержка покупателя

Изменения в работе кассира

Для отправки е-чека покупателям – участникам Программы лояльности, кассир уточняет номер телефона для отправки е-чека: «...ваш телефон оканчивается на ХХ-ХХ?»

Код товара	Наименование	Кол-во	Цена	Цена со скидкой	Гарантия	Дата расчёта
XXXXXX	Товар XXX XXX	1	XXX.XX	XXX.XX	+	XX.XX.XX
XXXXXX	Товар XXX XXX XX	3	XXX.XX	XXX.XX		XX.XX.XX

Покупатель: Фамилия Имя Номер карты: XXXXXXXXX Телефон: ...XX-XX [Изменить номер](#)

Для идентификации анонимных покупателей кассир вносит телефон покупателя во всплывающем окне

Изменение номера телефона для отправки е-чека

Телефон:

Кейс

ПЕТРОВИЧ

Входит в топ-10 крупнейших интернет-магазинов России (по данным Data Insight)

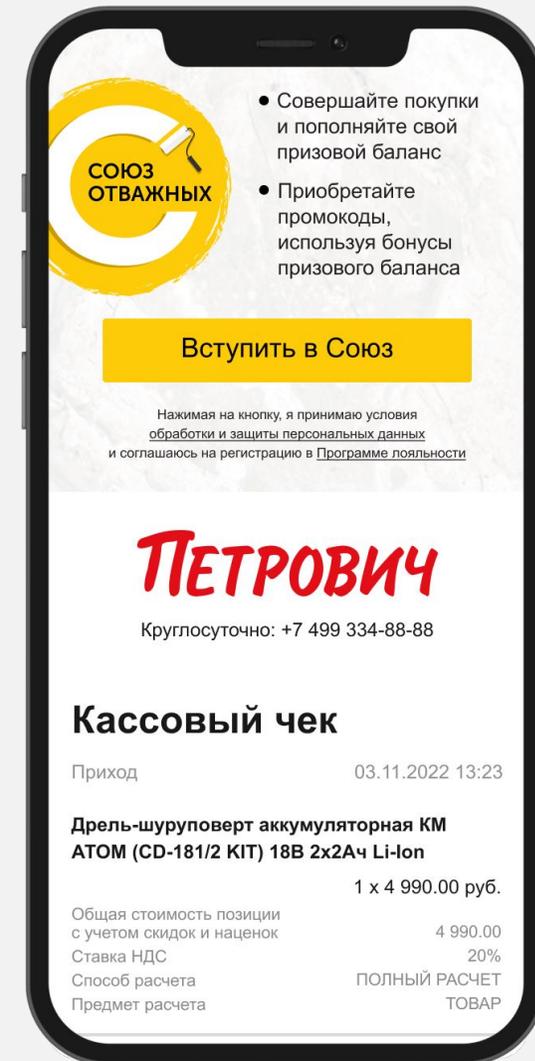
Рост повторных продаж благодаря дополнительному каналу коммуникации с клиентами

81% экономия на отправке электронных чеков

28% среднее open rate писем с чеками

16% click rate чеков по всем каналам

6% доля регистраций в программе лояльности среди не участников, открывших чек



<https://mindbox.ru/journal/cases/petrovich-upmetric/>

Кейс Askona



Международная компания
по продаже товаров для сна,
матрасов и аксессуаров

440
магазинов



96%

покупателей
перешли на е-чек



20.6%

Повторные покупки по промокоду из
е-чека в ближайшие 30 дней

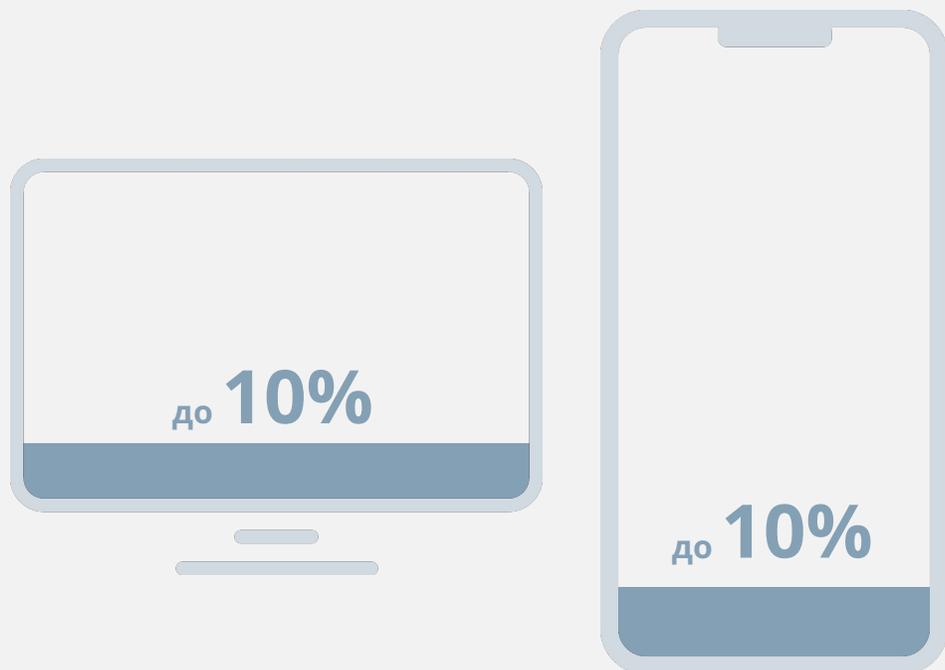
+58% 

Рост числа регистраций
в программе лояльности
после запуска проекта е-чеков

[Опубликованный кейс "Аскона переходит на е-чеки чтобы
построить сквозную аналитику с ROPO"](#)

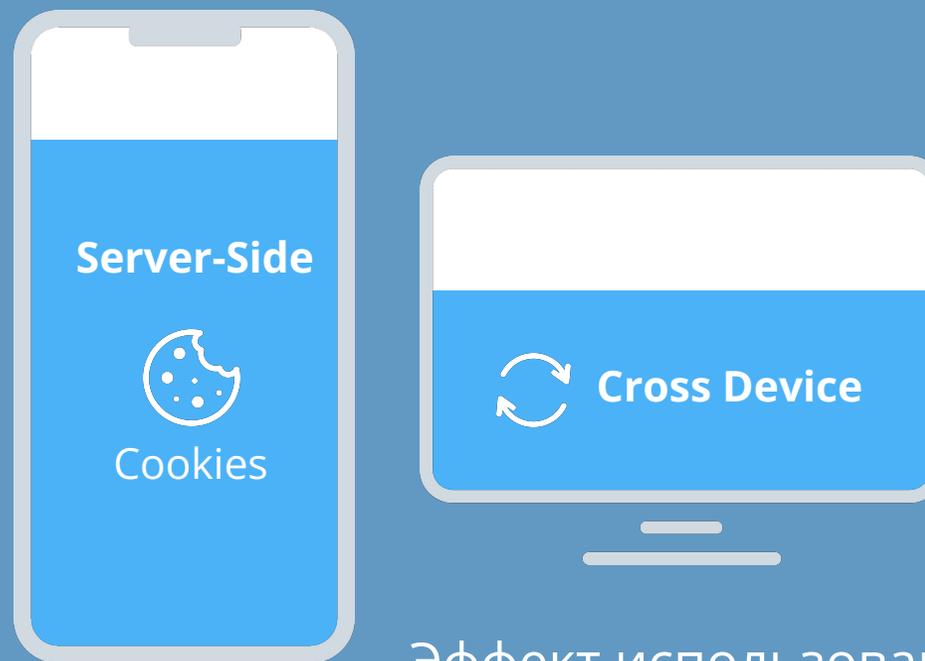
Как идентифицировать

Ограничение идентификации
на основе **cookie** (логина)



55%+ RORO-клиентов?

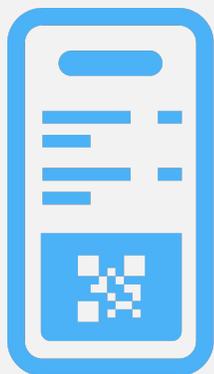
Эффект использования технологии
iIdentityUP и экосистемы **UP METRIC**



Эффект использования
iIdentityUP
и экосистемы
UP METRIC

iDentityUP уникальная технология омни-канальной идентификации

Единая технология идентификации зарегистрированных и анонимных покупателей в офлайн и онлайн, которая позволяет связать все взаимодействия ведущие к покупке.



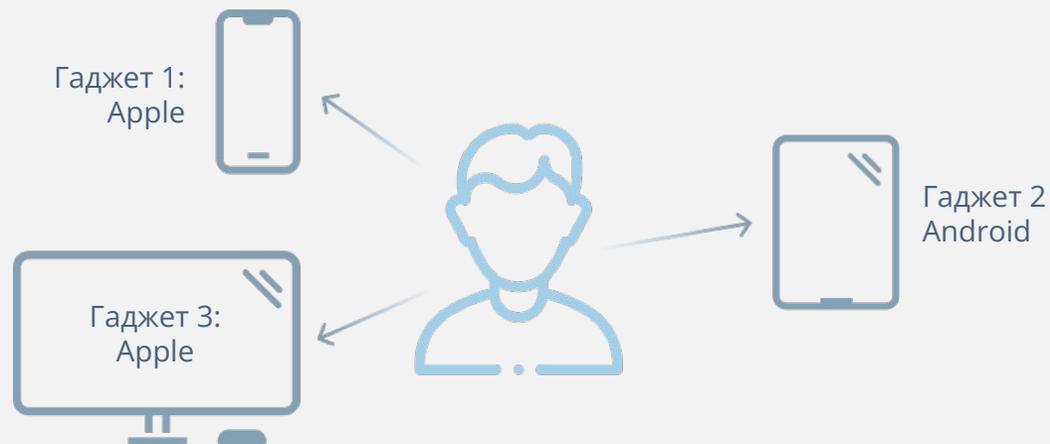
90%+
офлайн-покупателей
идентифицировано
с помощью е-чеков

Open Rate
22%+

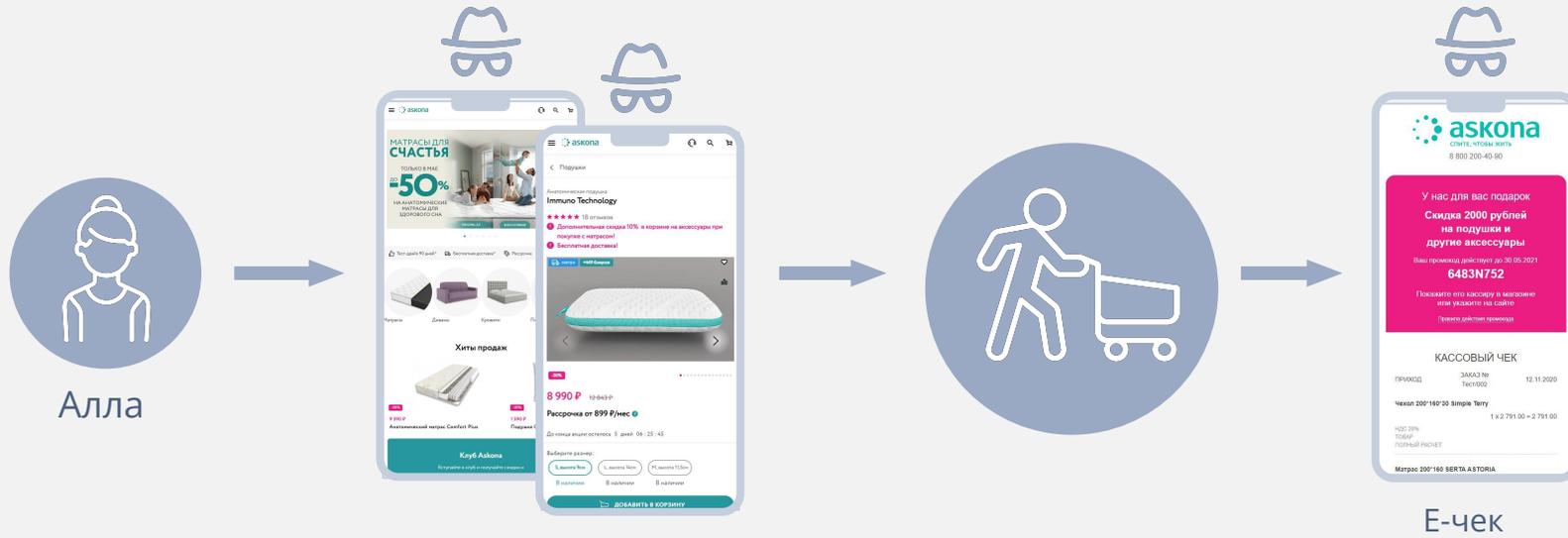


iDentityUP

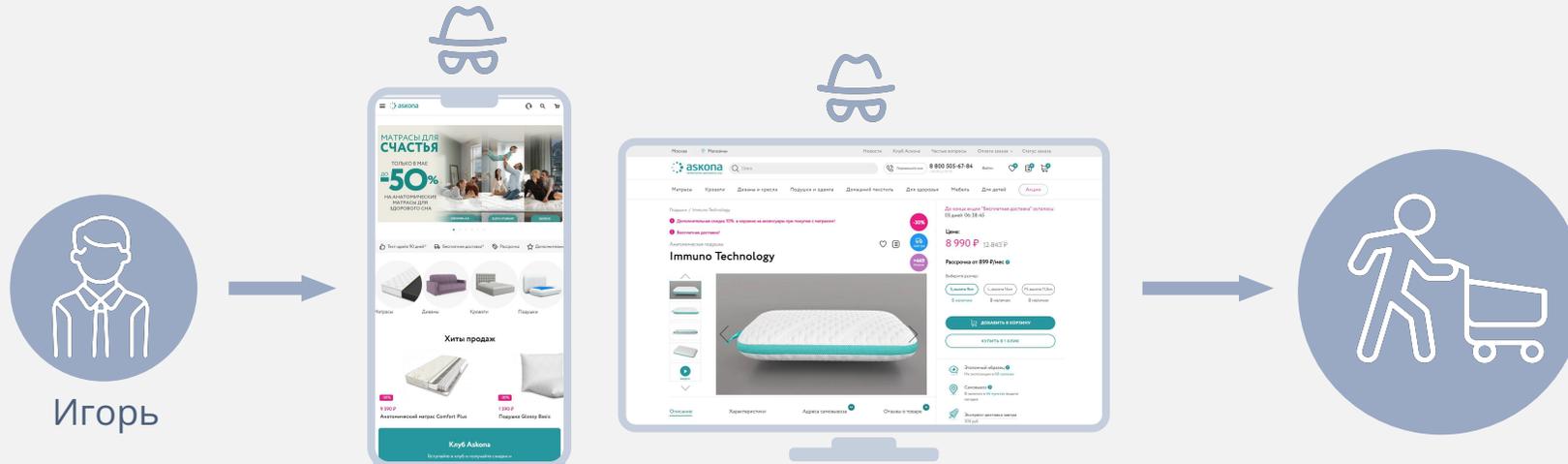
Омниканальная технология
идентификации встроена
в е-чек и сайт



Е-чек и преимущество экосистемы



Для связи онлайн и офлайн сессий достаточно, чтобы покупатель один раз открыл е-чек любого магазина в экосистеме **UP METRIC**



Умная Cross-Device технология соединяет сессии на уровне браузера/устройства, восстанавливает cookie

Есть вопросы по реализации?

Даниэль Дразнер

+7 965 197-40-60

dd@upmetric.ru

www.upmetric.ru



Приложения

Дополнительные материалы

Сквозная аналитика 360

Первое на рынке коробочное решение по Сквозной Аналитике со встроенным измерением ROPO в метрике онлайн маркетинга



Точная оценка влияния диджитал маркетинга на офлайн продажи

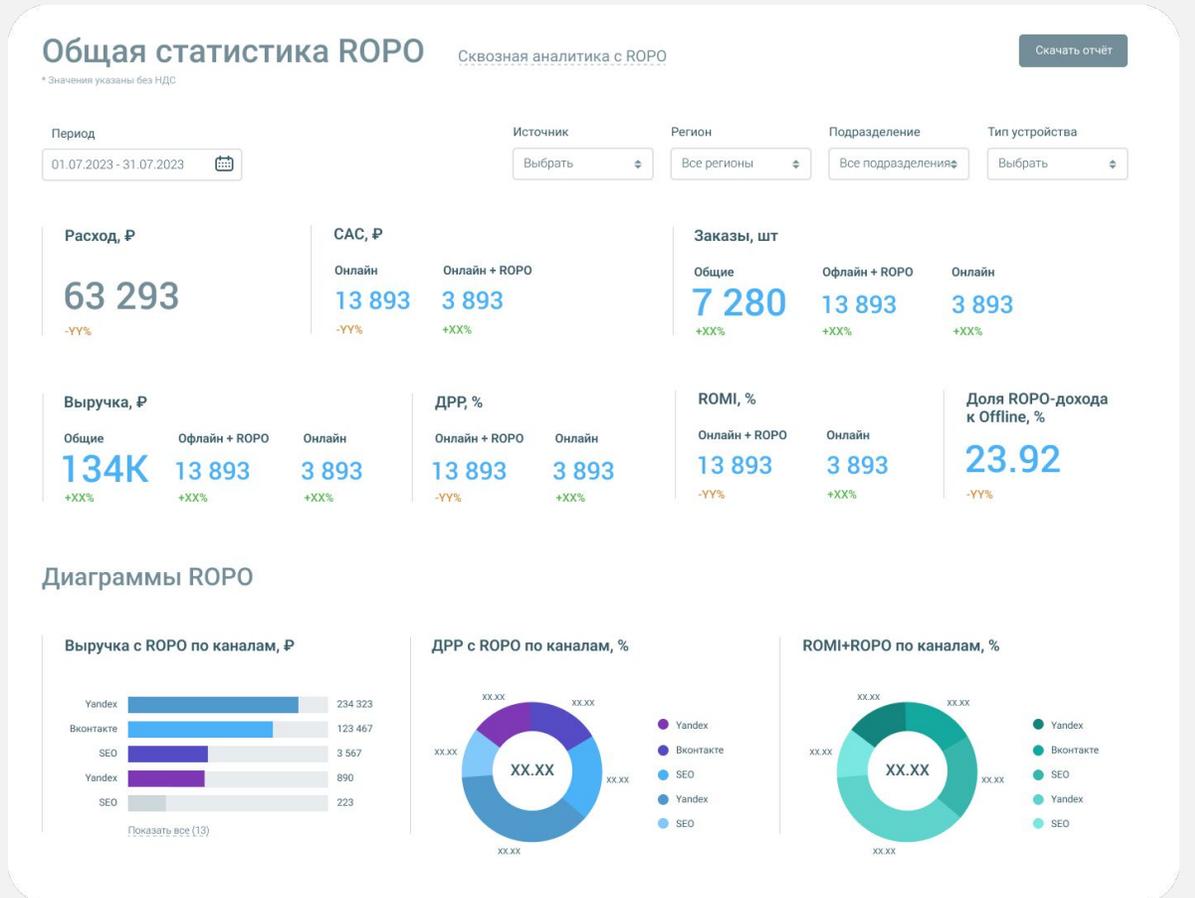
-25%

Доля рекламных расходов (DRP)

-15%

Стоимость заказа

Сайт продукта: <https://upmetric.ru/ropo>



Кейс идентификация пользователя

Мария



просматривает
страницы сайта



Мария



подписывается
на рассылку



Мария

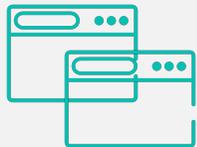


1. совершает покупку, не в CRM
2. получает е-чек на **e-mail**
3. **НЕ** открывает его



Что происходит в системе **iDentityUP**

Создаётся Browser ID: **1111**



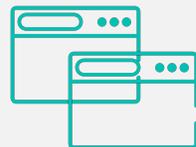
PageView

1. iDentityUP идентифицирует Browser ID: **1111**
2. Создается пользователь с e-mail (sha256)
3. Браузер привязывается к пользователю

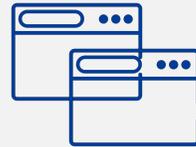


Global_User_ID: **1010210**
E-mail: **b39359a2f811dadef49051acec3a3c45**
Phone: -- (empty) --

Browser ID: **1111**

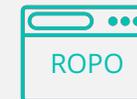


PageView



PageView

Такой **e-mail** есть в профиле: происходит привязка истории просмотров страниц к покупке офлайн



Это ROPO покупка

Кейс идентификация пользователя

Мария



оформляет заказ онлайн, указывает телефон и e-mail



Мария



ТВОЕ



First Party Cookie
стерлась

просматривает страницы онлайн



Мария



ТВОЕ

- совершает покупку,
- получает е-чек на **телефон**
- не открывает его

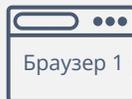
Что происходит в системе **iDentityUP**

1. Создаётся Browser ID: **2222**
2. Привязка телефона к профилю
3. Привязка браузера к пользователю

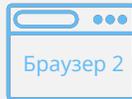


Global_User_ID : **0010210**
E-mail: **b39359a2f811dadef49051acec3a3c45**
Phone: **1324d051530dc9943653ca762ddf39f4**

Browser ID: **1111**



Browser ID: **2222**



1. iDentityUP идентифицирует Browser ID: **1111**



2. iDentityUP идентифицирует Browser ID: **2222**



Такой **телефон** есть в профиле: происходит привязка истории просмотров страниц в двух браузерах к покупке офлайн



Это ROPO покупка

Накопленные данные в системе *iDentityUP*

Профиль Марии со сквозным в системе Urmetric ID на основе двух анонимизированных идентификаторов:

- ✓ номер телефона (sha256)
- ✓ e-mail (sha256)

- со связанными Браузерами на основе cookie-less технологии iDentityUP
- с поведенческими данными, привязанными к рекламным расходам
- со связанными покупками в офлайн и онлайн
- со связанным составом покупок в разных ритейлерах (товаров и категорий) на основе Universal Catalog



Global_User_ID: **0010210**

E-mail: **b39359a2f811dadef49051acec3a3c45**

Phone: **1324d051530dc9943653ca762ddf39f4**

Browser ID: **1111**



Browser ID: **2222**



Как мы измерили слепую зону маркетинг

Влияние онлайн-маркетинга на офлайн-продажи (ROPO) больше, чем на онлайн-продажи

