

+1

**Новая
Бонусная
программа**



Дочки-Сыночки

СУПЕРМАРКЕТ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ

Москва 2015



Компания **Дочки-Сыночки**

Основные направления деятельности:

**Розничная
торговля**

сеть фирменных супермаркетов
«Дочки-Сыночки»

**Оптовая
торговля**

крупнейшая оптовая
компания по продаже товаров
для новорожденных

**Интернет
продажи**

крупнейший интернет-магазин
в России по продаже
детских товаров

**Собственное
производство**

собственное производство
детской одежды, обуви и аксессуаров

В компании работает более **6 000** сотрудников

Основана в 1996 году

Дочки-Сыночки
СУПЕРМАРКЕТ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ

DOCHKISINOCHEKI.RU





Дочки-Сыночки

140

супермаркетов
в 76 городах России

Имеет развитую логистическую инфраструктуру -
70 000 м² складских площадей

Дочки-Сыночки
СУПЕРМАРКЕТ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ

DOCHKISINOCHKE.RU



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

0-12 лет

СЕМЬИ С ДЕТЬМИ

Доход «средний» и «средний минус»
с частотой посещения 3-4 раза в месяц

Дочки-Сыночки
СУПЕРМАРКЕТ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ

DOCHKISINOCHEKI.RU

АССОРТИМЕНТ БОЛЕЕ

130 000

SKU



КОЛЯСКИ



ИГРУШКИ



БЕЛЬЕ



ПИТАНИЕ



СПОРТТОВАРЫ



КОСМЕТИКА



ОДЕЖДА



МЕБЕЛЬ



ОБУВЬ

И МНОГОЕ ДРУГОЕ ...

Дочки-Сыночки

СУПЕРМАРКЕТ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ

DOCHKISINOCHEKI.RU



2,5 МЛН. КЛИЕНТОВ

Мы активно ведем работу с клиентами по программе лояльности. Сегментирование и формирование индивидуальных предложений, обеспечивают увеличение частоты их покупок и среднего чека.

Коммуникации: SMS, What's Up, Viber, E-mail-рассылки

ЦЕЛИ ВНЕДРЕНИЯ НОВОЙ ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ



... долгосрочные отношения с покупателем и управление потребительским поведением.

ПРИЧИНЫ ИЗМЕНЕНИЯ ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ

Дисконтная программа была признана не эффективной

1. Карты были с единым номером идентификации

- отсутствие аналитики покупательского поведения

- отсутствие базы клиентов для взаимодействия по каналам коммуникации

2. Скидка 3% была не мотивирующей и не конкурентоспособной на рынке



О ПРОГРАММЕ



КАК СТАТЬ УЧАСТНИКОМ?

Совершите любую покупку в супермаркетах детских товаров «Дочки-Сыночки», заполните анкету у кассира и получите Бонусную Карту «+1».



КАК НАКАПЛИВАТЬ БОНУСЫ?

Совершайте покупки и получайте бонусы (до 30% от стоимости покупки) на Карту «+1».



КАК ТРАТИТЬ БОНУСЫ?

Бонусами можно оплачивать до 20% от стоимости товара.

Бонусы активны для списания спустя 14 дней после совершения покупки.



КАК КОРАБЛЬ НАЗОВЕШЬ ТАК ОН И ПОПЛЫВЕТ!



**Дочки-
Сыночки**
СУПЕРМАРКЕТ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ



С помощью креативного агентства
была разработана концепция
программы лояльности.

«+1»

– это современный символ из сетевой переписки,
означающий Like, одобрение, согласие, поддержку
(+еще один голос в пользу магазинов «Дочки и Сыночки»)

– получая карту, вступаешь в клуб, где тебя ждут,
становишься одним из клуба

– это намек на прибавление в семье
(появление плюс еще одного человечка в семье)

–прибавление еще какой-то «полезности»
(напр., +еще один визит = еще одна прибавка бонусов)

НЕ СТАНДАРТНЫЕ ПРАВИЛА НАЧИСЛЕНИЯ И СПИСАНИЯ



**Дочки-
Сыночки**
СУПЕРМАРКЕТ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ



На низкомаржинальные группы товаров с сформулированным и повседневным спросом правило только на начисление бонуса.

Спрос (сформулированный, повседневный)

Детское питание

Косметика, гигиена

Подгузники

Товары для кормления

Товары для мам

Только начисление 3-5% (в зависимости от бренда и вида изделия)

НЕ СТАНДАРТНЫЕ ПРАВИЛА НАЧИСЛЕНИЯ И СПИСАНИЯ



На высокомаржинальные группы товаров с альтернативным и периодическим спросом правило на начисление и списание бонуса.

Спрос (альтернативный, периодический)

Игрушки	Канцтовары
Обувь	Текстиль
КГТ (детская мебель; стулья для кормления; автокресла; коляски)	Сопутствующие товары
Начисление 10-20% (в зависимости от бренда и вида изделия) Списание 10-20% (в зависимости от бренда и вида изделия)	

ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ НА ЦЕННИКАХ



Дочки-Сыночки
СУПЕРМАРКЕТ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ



Как читать ценник

1 бонус = 1 рубль

Коляска



Ценник

КОЛЯСКА

Цена за шт.: **1 527⁰⁰**

Цена при оплате бонусами <+1> **1 221⁰⁰**

76,30

НАЧИСЛЯЮТСЯ БОНУСЫ

ЦЕНА ПРИ ОПЛАТЕ БОНУСАМИ

Куртка



Ценник

КУРТКА

Цена за шт.: **1 464⁰⁰**

Цена при оплате бонусами <+1> **X**

73,20

НАЧИСЛЯЮТСЯ БОНУСЫ

НЕЛЬЗЯ ОПЛАТИТЬ БОНУСАМИ

Футболка



Ценник

ФУТБОЛКА

Цена за шт.: **1 527⁰⁰**

Цена при оплате бонусами <+1> **1 374³⁰**

X

БОНУСЫ НЕ НАЧИСЛЯЮТСЯ

ЦЕНА ПРИ ОПЛАТЕ БОНУСАМИ

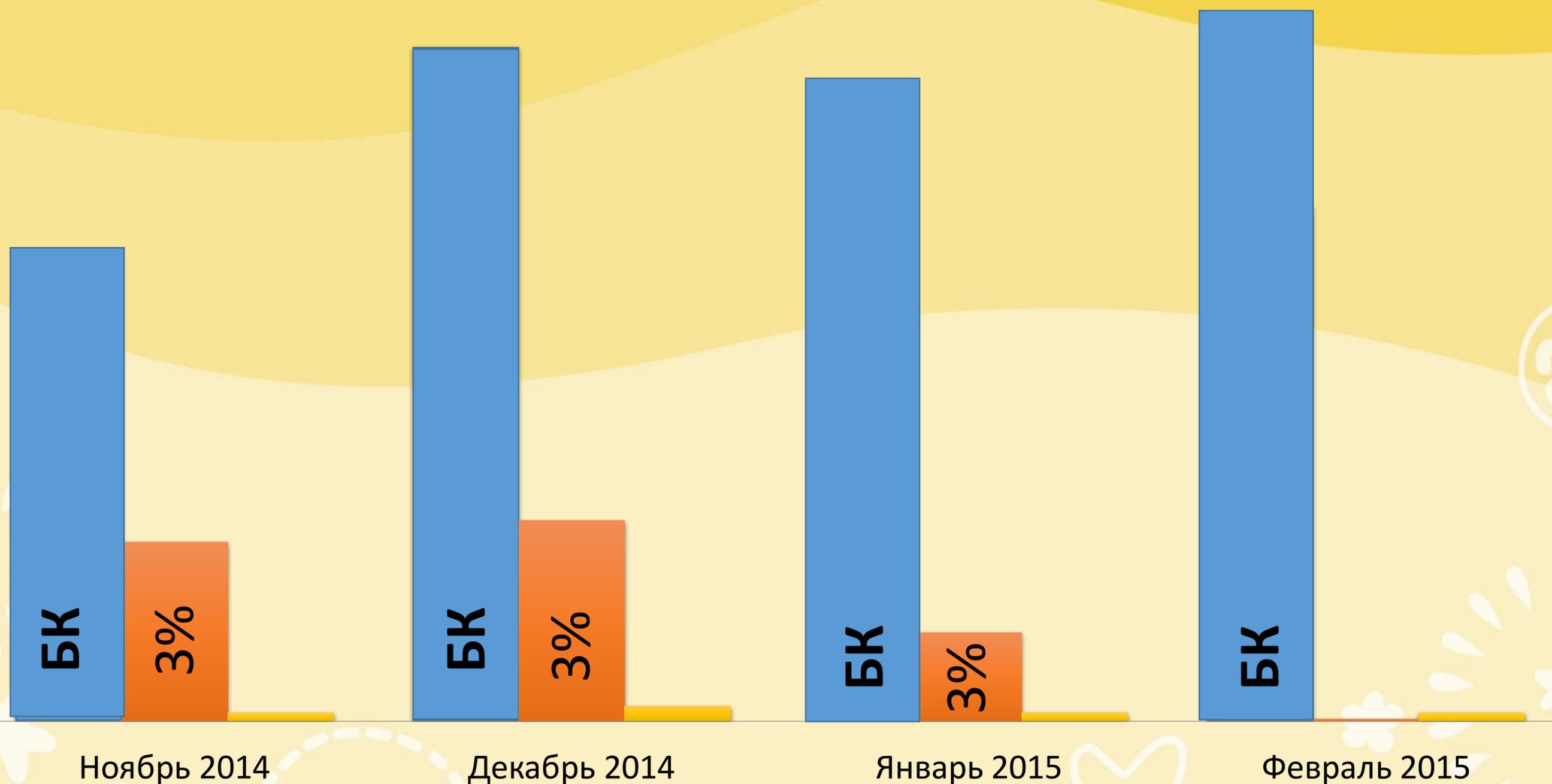
ОШЕЛОМЛЯЮШАЯ ВОВЛЕЧЕННОСТЬ В БОНУСНУЮ ПРОГРАММУ



**Дочки-
Сыночки**
СУПЕРМАРКЕТ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ



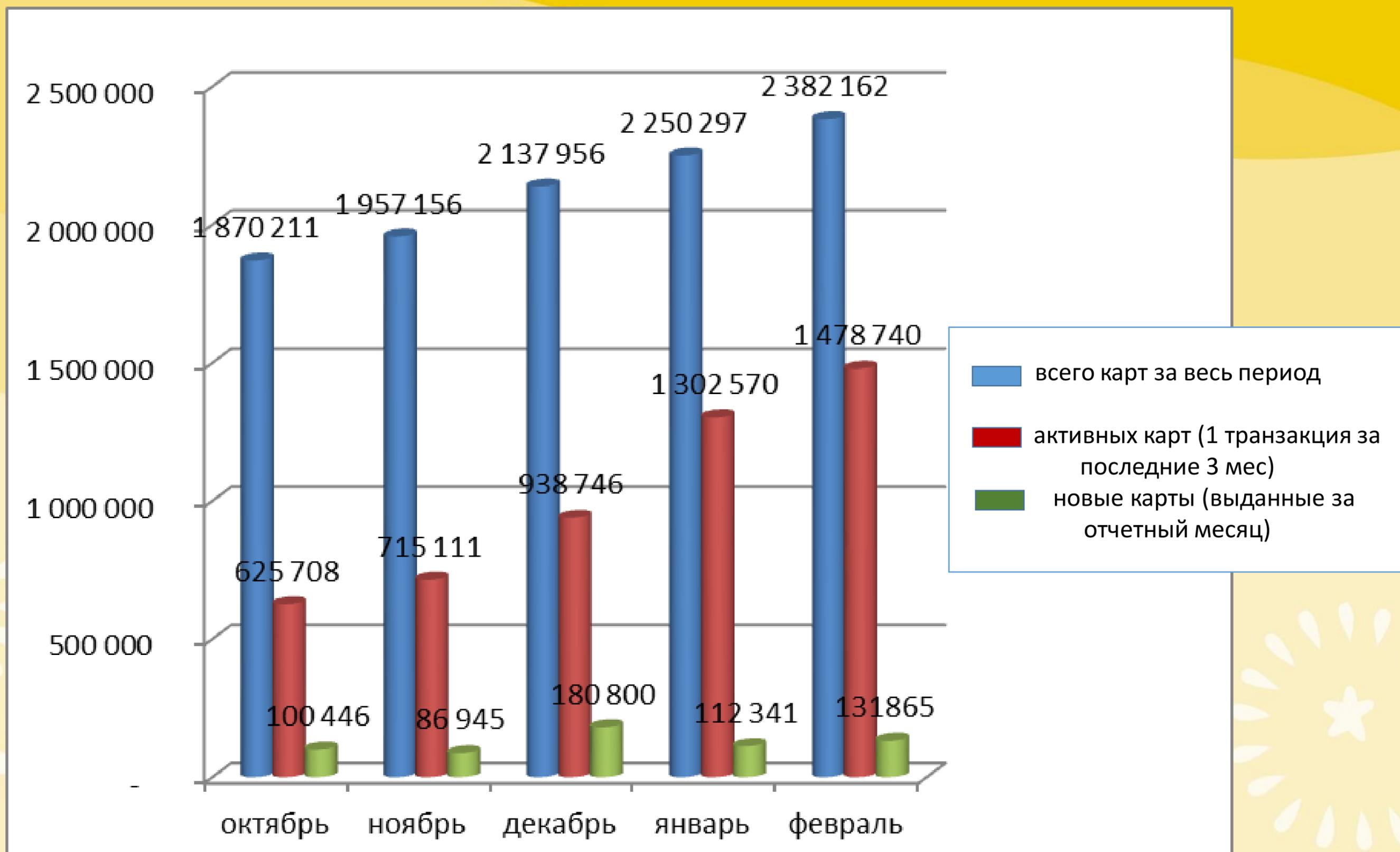
В КРОТЧАЙШИЕ СРОКИ БЕЗ ПРИНУЖДЕНИЙ, КЛИЕНТЫ ОЦЕНИЛИ ВЫГОДЫ БОНУСНОЙ ПРОГРАММЫ И ОТКАЗЫВАЛИСЬ ОТ ДИСКОНТНЫХ КАРТ.



ОШЕЛОМЛЯЮШАЯ ВОВЛЕЧЕННОСТЬ В БОНУСНУЮ ПРОГРАММУ



**Дочки-
Сыночки**
СУПЕРМАРКЕТ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ



ИТ ИНФРАСТРУКТУРА



Список полей сводной таблицы

Показать поля, связанные с:

(Все)

(Все)
БИНАРНАЯ СЕГМЕНТАЦИЯ
БАЛЛЫ
РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ
КАМПАНИИ
МАРКЕТИНГОВЫЕ СПИСКИ
ЧЛЕНЫ МАРКЕТИНГОВЫХ СПИСКОВ
Campaign Matrix
КАРТЫ
Card Matrix
ЧЕКИ
КОЛ-ВО ЧЕКОВ
ОПЛАТЫ
КОММУНИКАЦИИ
РАЗРЕШЕНИЕ КОММУНИКАЦИЙ
КОНТАКТЫ
КУПОНЫ
ПОСЛЕДНЯЯ ПОКУПКА
RFM
Rule Matrix
СЕГМЕНТЫ по кол-ву чеков
СЕГМЕНТЫ по сумме
КОЛ-ВО КАРТ (ПО ЧЕКАМ)
КОЛ-ВО КАРТ (В БАЗЕ)
Unique Card Matrix
Unique Card Matrix Base
КОЛ-ВО КОНТАКТОВ (ПО ЧЕКАМ)

ВСЕ ЦЕЛИ ДОСТИГНУТЫ



Средняя скидка по БК(%)	3,5%		
Показатели ПЛ в сравнении с сетью в целом (с БК и без БК)	Без БК	С БК	Эффект
Средний чек (руб)	1191	1702	+43%
Комплексность (кол-во единиц в чеке)	3.9	5,0	+28%
Маржинальность (%)	28.3	36,8	+30%
Доля в товарообороте (%)	32	68	
ROI по проведенным акциям	0.5	7.5	

КАКИЕ ДАННЫЕ МЫ СОБИРАЕМ



Дочки-Сыночки
СУПЕРМАРКЕТ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ



СТАНДАРТНЫЕ:

- ФИО
- Контакты
- Адрес

НЕ СТАНДАРТНЫЕ:

Пол и возраст детей

Позволяет моделировать жизненный цикл и поведение потребителя по возрасту детей, а не по потребительской корзине.

АНКЕТА УЧАСТНИКА

БОНУСНОЙ ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ «+1»



Номер бонусной карты (заполняется кассиром)

Изменение контактной информации

Личные данные

Фамилия

Имя

Отчество

Дата рождения день месяц год пол: м ж

Личные данные ребенка

1. Дата рождения день месяц год пол: м ж

2. Дата рождения день месяц год пол: м ж

3. Дата рождения день месяц год пол: м ж

Контактная информация

Моб. тел. 8 ()

E-mail

Предпочитаемый способ получения информации

Интернет Иное

зелей, в своем интересе на обработку моих персональных данных (в рамках Федерального закона от 07.02.2017 № 21-ФЗ «О персональных данных»), оператор персональных данных – ООО «Биорг», место нахождения: г. Москва, и/или услуг в рамках Бонусной программы держателю Карты. Способы обработки персональных данных, включая, но не ограничиваясь: электронной почты, почтовой связи, sms-сервисов, гоматизации и электронно-вычислительной техники, в том числе путем формирования базы данных, согласия на обработку персональных данных должен быть направлен по адресу: г. Москва, в течение 14 дней с даты получения вышеуказанного отзыва.

год

ами участия в Бонусной



0 000003 243398

Личные данные ребенка

1. Дата рождения день месяц год пол: м ж

2. Дата рождения день месяц год пол: м ж

3. Дата рождения день месяц год пол: м ж

МОДЕЛИРОВАНИЕ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА И ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ

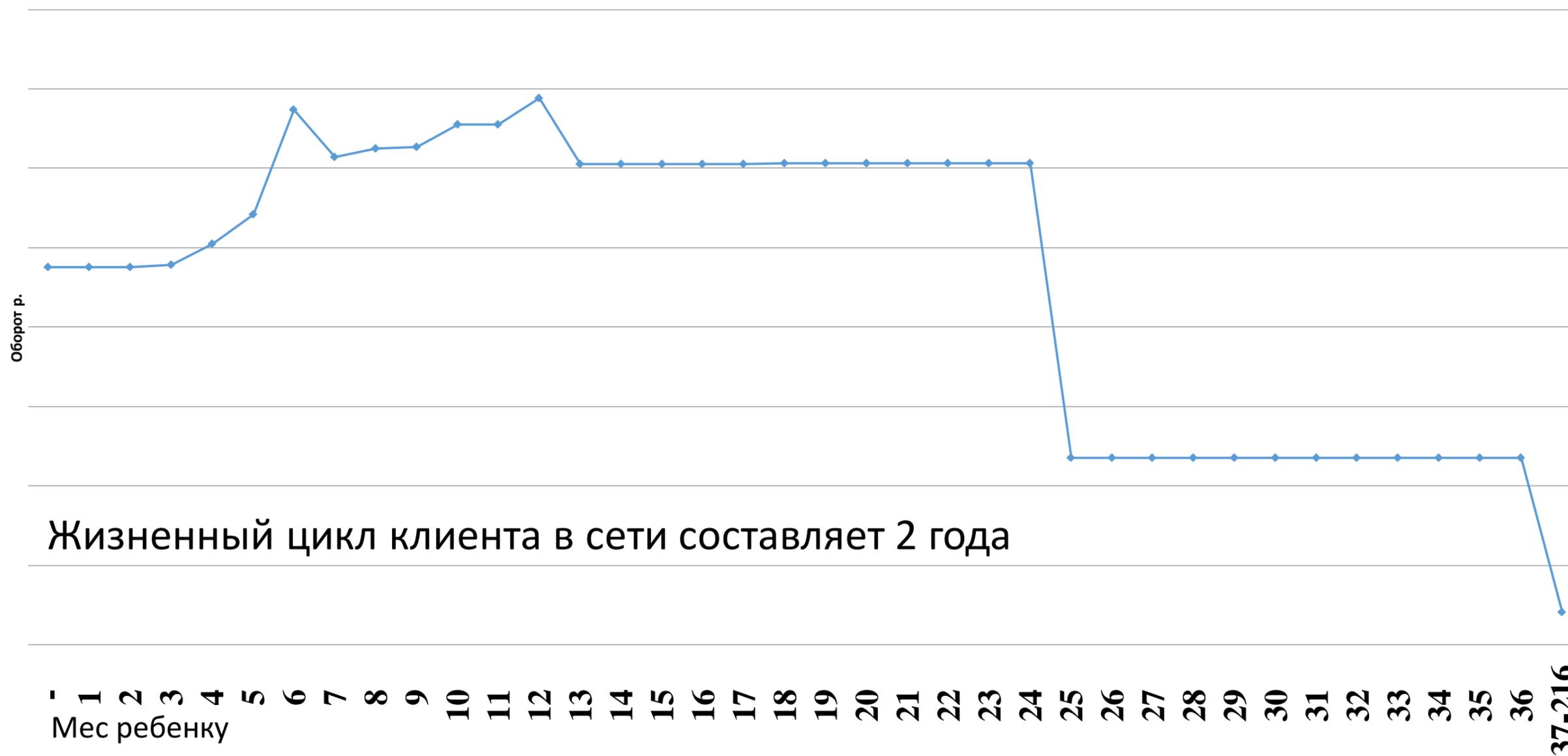


**Дочки-
Сыночки**
СУПЕРМАРКЕТ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ



Жизненный цикл клиента

Распределение покупок по возрасту ребенка



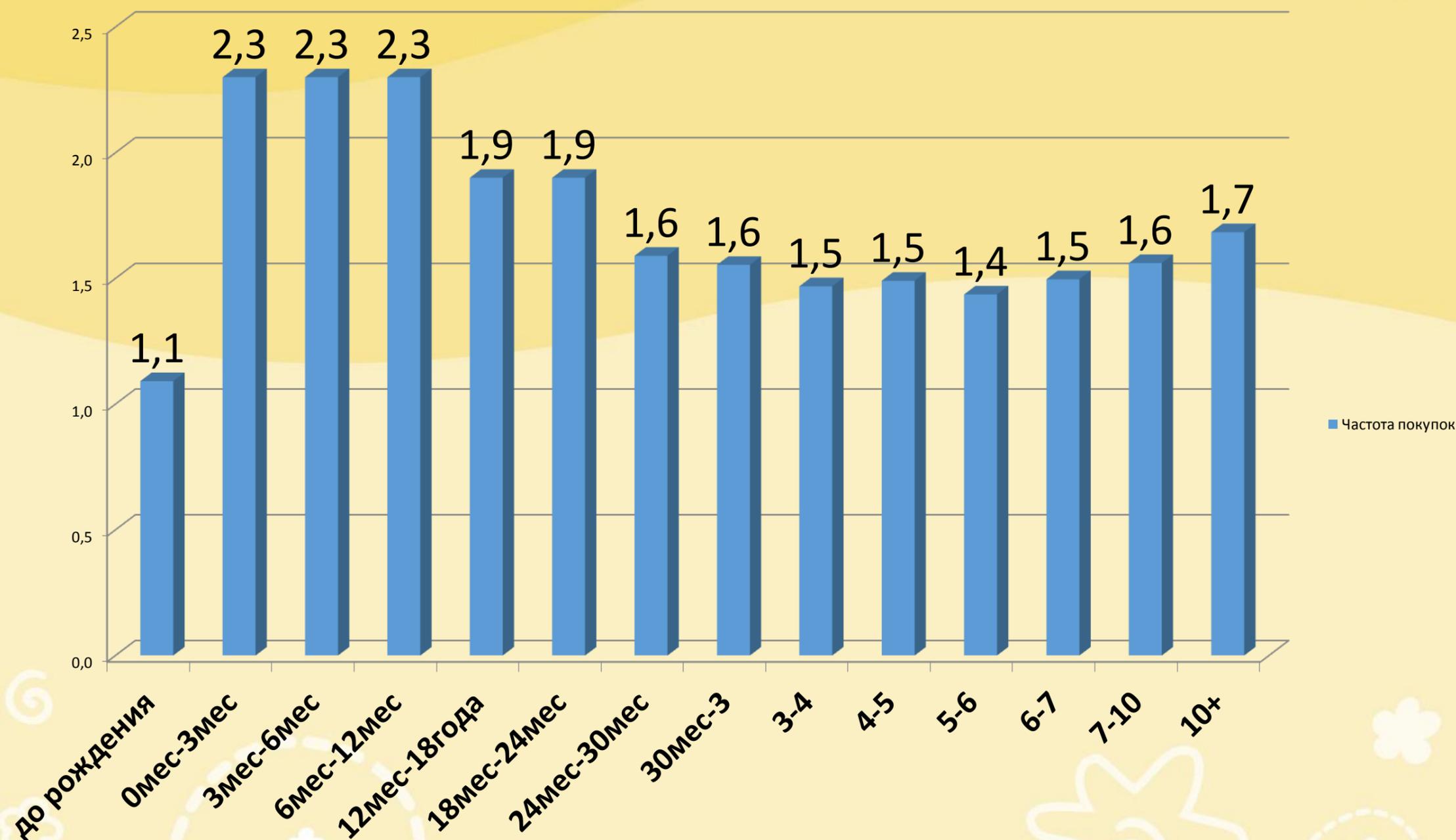
МОДЕЛИРОВАНИЕ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА И ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ



**Дочки-
Сыночки**
СУПЕРМАРКЕТ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ



Частота покупок по возрасту ребенка



МОДЕЛИРОВАНИЕ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА И ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ



**Дочки-
Сыночки**
СУПЕРМАРКЕТ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ



цель разбить клиентов на группы-кластеры. Несколько примеров...

АНАЛИЗ ОТЛОЖЕННОГО СПРОСА

Помогает принимать решение о создании товарных предложений "Если сегодня покупатель приобрел коляску, то через какое время он вероятнее всего купит ходунки?" И т.д.

МОДЕЛИРОВАНИЕ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА И ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ



**Дочки-
Сыночки**
СУПЕРМАРКЕТ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ



Располагая данными на каждом ЖЦ ребенка, мы можем предугадывать потребность, тем самым повышаем отклик от предложений.

В таблице процент покупок без влияния/с влиянием



Товарная группа	Возраст 0-3мес	Возраст 3-6мес	Возраст 6-9мес	Возраст 9-12мес	Возраст 12-18мес	Возраст 18-24мес	Возраст 24-36мес
КОЛЯСКИ %	54/60	81/89	11/14	13/15	19/21		
АВТОКРЕСЛА %	6/8	7/9	3/5	22/28	31/39	34/41	21/26
ДЕТСКАЯ МЕБЕЛЬ %	31/41						2/7
ДЕТСКИЕ СТУЛЬЯ ДЛЯ КОРМЛЕНИЯ %			65/76				
ХОДУНКИ/ПРЫГУНКИ %		1/7	9/18	11/24			
МАНЕЖИ, ШЕЗЛОНГИ %	3/7	6/15	4/8				
КОЛЯСКИ ДЛЯ КУКОЛ %							8/12
КОРЗИНЫ, ЯЩИКИ ДЛЯ ИГРУШЕК %			1/4	1/8	2/9	4/12	

МОДЕЛИРОВАНИЕ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА И ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ



АССОЦИАТИВНАЯ ПОКУПКА

Например, наши исследования показали, что 45% купивших детское питание берут также и Подгузник, а при наличии скидки за такой комплект Дет питание+Подгузник приобретают в 65% случаев. Располагая сведениями о подобной ассоциации, нам легко оценить, насколько действенна предоставляемая скидка/предложение.

РЕЗУЛЬТАТЫ В СРАВНЕНИИ С ТЕСТОВОЙ ГРУППОЙ:



Комплексность без влияния/с влиянием

45%

65%

+20%

МОДЕЛИРОВАНИЕ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА И ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ



**Дочки-
Сыночки**
СУПЕРМАРКЕТ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ



ПОРТРЕТ ИДЕАЛЬНОГО КЛИЕНТА

у каждой ЦА показываем большинство продуктов/товаров для него предназначенных.

Далее формируем пакетные предложения каждой группе для увеличения потребительской корзины и приближения большинства к идеалу.



Возраст	0-3мес	3-6мес	6-9мес	9-12мес
Процент идеальных клиентов без влияния/с влиянием	2,3 / 9,2	3,4 / 12,7	2,9 / 10,3	4,2 / 11,1

ПРИМЕР АКЦИИ НА ПОВЫШЕНИЕ СРЕДНЕГО ЧЕКА



**Дочки-
Сыночки**
СУПЕРМАРКЕТ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ



ЦЕЛЬ АКЦИИ:

Повышение среднего чека сети

Привлечение траффика

СРОК ДЕЙСТВИЯ АКЦИИ:

С 15 декабря – 31 декабря 2015г. начисление акционных бонусов

С 15 января – 24 января 2016г. возможно потратить акционные бонусы

МЕХАНИКА:

При покупке от 2016руб на бонусную карту зачислялись 2016 акционных бонусов.

Бонусы по акции становятся активными с 15-24января 2016г.

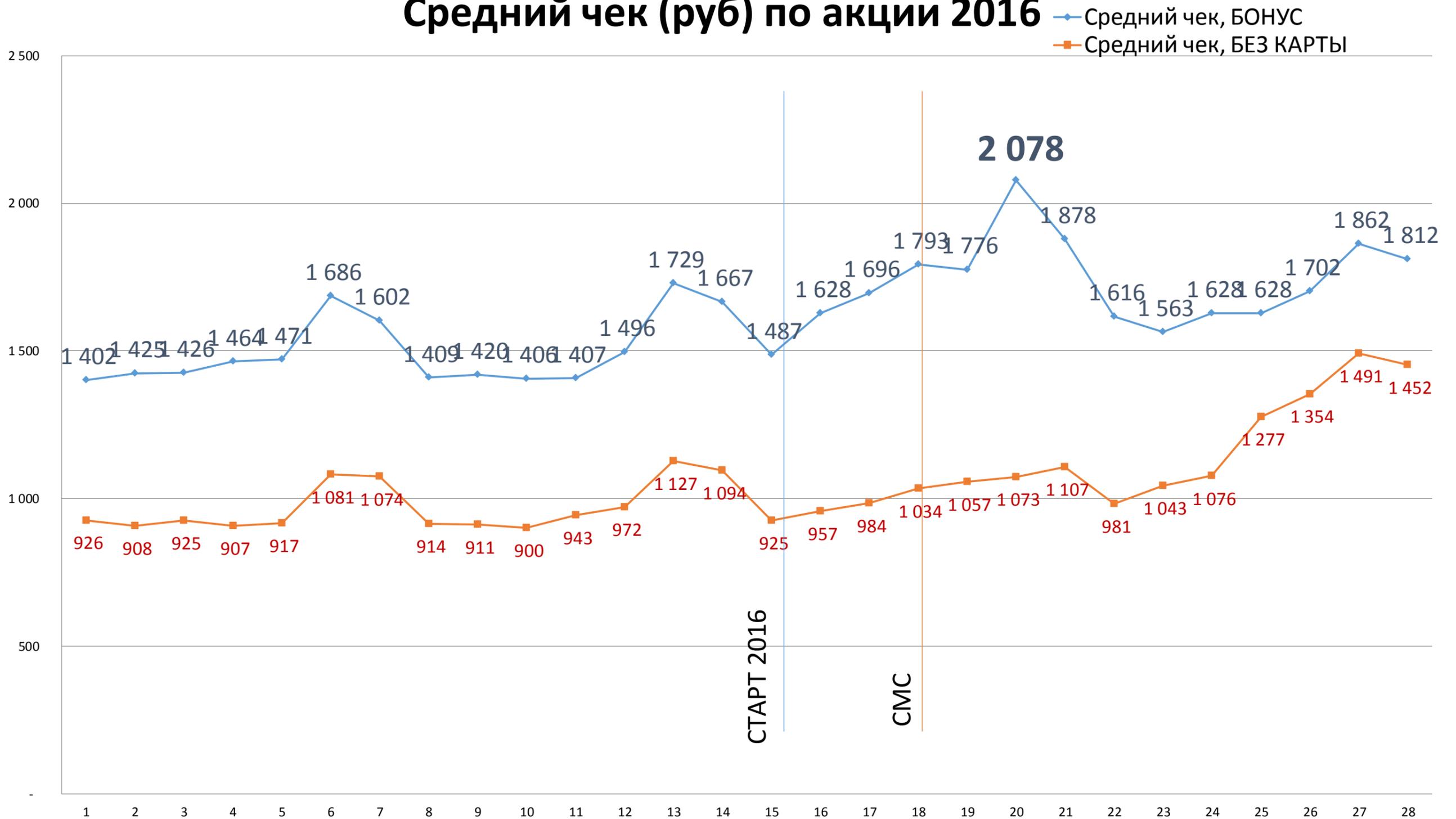
ПРИМЕР АКЦИИ НА ПОВЫШЕНИЕ СРЕДНЕГО ЧЕКА



Дочки-Сыночки
СУПЕРМАРКЕТ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ



Средний чек (руб) по акции 2016



ПРИМЕР АКЦИИ НА ПОВЫШЕНИЕ СРЕДНЕГО ЧЕКА



ИТОГИ ДЕКАБРЯ

Стоимость акции <i>(смс рассылки + скидка)</i>	xxx xxx
Увеличение оборота	xxx xxx
Увеличение прибыли	xxx xxx
Эффективность в р.	xxx xxx
Эффективность р. на р. <i>Эффект в руб/стоимость акции</i>	26,75

ИТОГИ ЯНВАРЯ

Стоимость акции <i>(смс рассылки + скидка)</i>	xxx xxx
Увеличение оборота	xxx xxx
Увеличение прибыли	xxx xxx
Эффективность в р.	xxx xxx
Эффективность р. на р. <i>Эффект в руб/стоимость акции</i>	0,88

По результатам акции в декабре в период большого трафика мы с мотивировали клиентов на покупку с повышенным чеком > 2000р.

В январе, в период низкого трафика, за счет акционных бонусов сгенерили трафик.

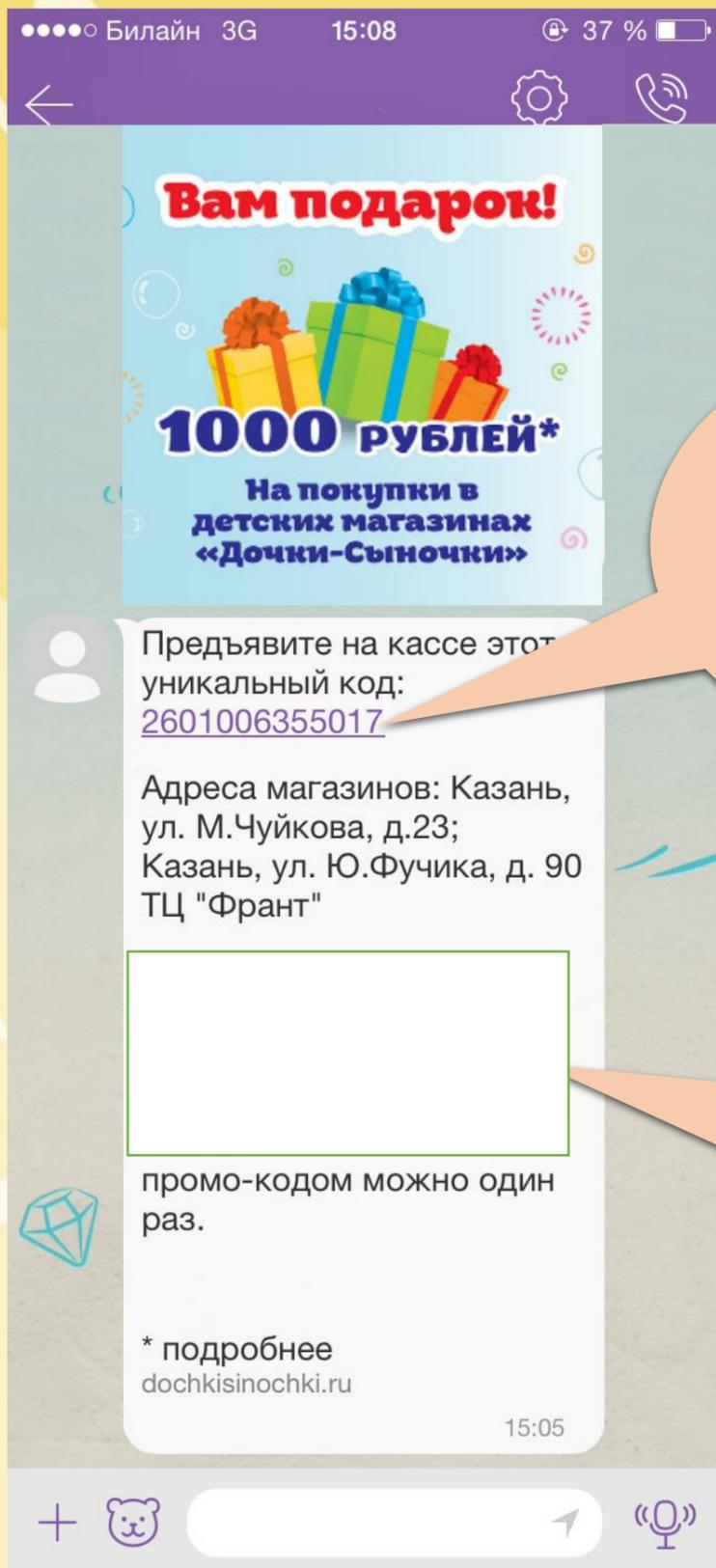
Отклик в декабре - 23% (сегмент для рассылки с чеком от 1000 – 1800руб)

Отклик в январе – 44% (сегмент для рассылки клиенты с акционными 2016 бонусам)

ПРИВЛЕЧЕНИЕ НОВЫХ КЛИЕНТОВ



Мобильный купоннинг



Конверсия 4%
ROI 24.45р на 1р

Конверсия +2%
ROI 37.45р на 1 р

Купоннинг на бумажном носителе



Конверсия 1%
ROI 8р на 1 р

- Минусы:
- Высокие затраты на изготовление, и логистику
- Не возможно контролировать выдачу на кассе
- Клиент выкинули, забыл, потерял.

ПРИВЛЕЧЕНИЕ НОВЫХ КЛИЕНТОВ



Мобильный купоннинг



Конверсия 4%
ROI 24.45р на 1р

Конверсия +2%
ROI 37.45р на 1р

Купоннинг на бумажном носителе



Конверсия 1%
ROI 8р на 1р

- Минусы:
- Высокие затраты на изготовление, и логистику
- Не возможно контролировать выдачу на кассе
- Клиент выкинули, забыл, потерял.

ПОДАРОЧНЫЕ СЕРТИФИКАТЫ ИНСТРУМЕНТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ КЛИЕНТОВ!?!?

ИЛИ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ СЕРВИС

Внедрили подарочные сертификаты
для целевых аудиторий и поводам

ПОДАРОЧНЫЕ СЕРТИФИКАТЫ

«Дочки-Сыночки»



В этом году - я в школу иду!
Этого праздника я очень жду.
Ранец хотел, чтоб был у меня,
А мне вместо ранца,
подарили...
КОНЯ!!!



Подарок
без ошибок!



ПОДАРОЧНЫЕ СЕРТИФИКАТЫ ИНСТРУМЕНТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ КЛИЕНТОВ!?!?

ИЛИ

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ СЕРВИС



Дочки-Сыночки
СУПЕРМАРКЕТ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ



Продажи подарочных сертификатов 2014/2015гг.

— 2014 Итого сумма продажи — 2015 Итого сумма продажи



ПОДАРОЧНЫЕ СЕРТИФИКАТЫ ИНСТРУМЕНТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ КЛИЕНТОВ!?!?

ИЛИ

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ СЕРВИС



Дочки-Сыночки
СУПЕРМАРКЕТ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ



+1000
БОНУСОВ



При оплате подарочным сертификатом, оформите бонусную карту и получите в подарок 1000 бонусных рублей сроком активности 30 дней.

Обналичили
Подарочные сертификаты

87%

Оформили бонусные карты и
начислили бонусы по купону.

57%

Совершили повторные
покупки по бонусной карте.

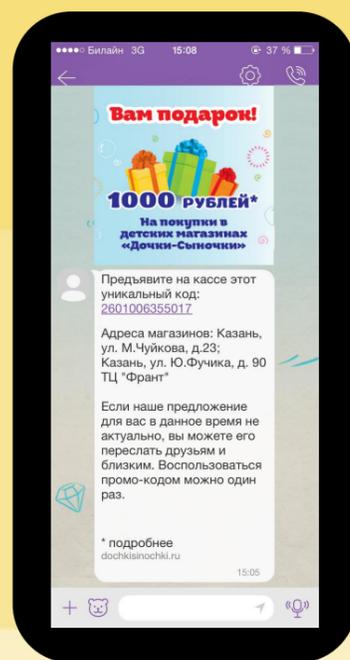
47%

Конверсия 47%
ROI >100р на 1р

РЕЙТИНГ ИНСТРУМЕНТОВ ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ КЛИЕНТОВ



Дочки-Сыночки
СУПЕРМАРКЕТ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ



2МЕСТО



1МЕСТО



3МЕСТО



**Дочки-
Сыночки**
СУПЕРМАРКЕТ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ



СЕГМЕНТАЦИЯ БАЗЫ И РАБОТА С СЕГМЕНТАМИ RFM

Сегментация базы и работа с сегментами RFM



Дочки-Сыночки
СУПЕРМАРКЕТ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ



Сегмент	Кол-во участников	Характеристика сегмента
ОТТОК	68%	Были 3 и более месяца назад
НЕЛОЯЛЬНЫЕ	11%	Были в течении последних 3-х месяцев, ходят редко и тратят мало
ЛОЯЛЬНЫЕ	4%	Были в течении последних 3-х месяцев, ходят редко, но тратят достаточно и много
ЗАПАСЛИВЫЕ	3%	Были в течении последних 3-х месяцев, ходят редко, но тратят достаточно и много
ПРЕМИУМ	2%	Были в течении последних 3-х месяцев, ходят часто и тратят очень много
ЭКОНОМНЫЕ	2%	Были в течении последних 3-х месяцев, ходят часто, но тратят мало
НОВЫЕ	8%	Были в течении последних 2-х месяцев впервые, сделали 1 покупку
ОТТОК НОВЫХ	3%	Были в течении последних 3-х месяцев впервые, сделали 1 покупку и больше не были в течении 2 месяцев

R – давность покупок

F – частота покупок

M – сумма покупок

Период для расчёта – 3 месяца

F	M	1	2	3	4	5
1		Нелояльные		Запасливые		
2						
3		Экономные		Лояльные	Премиум	
4						
5						

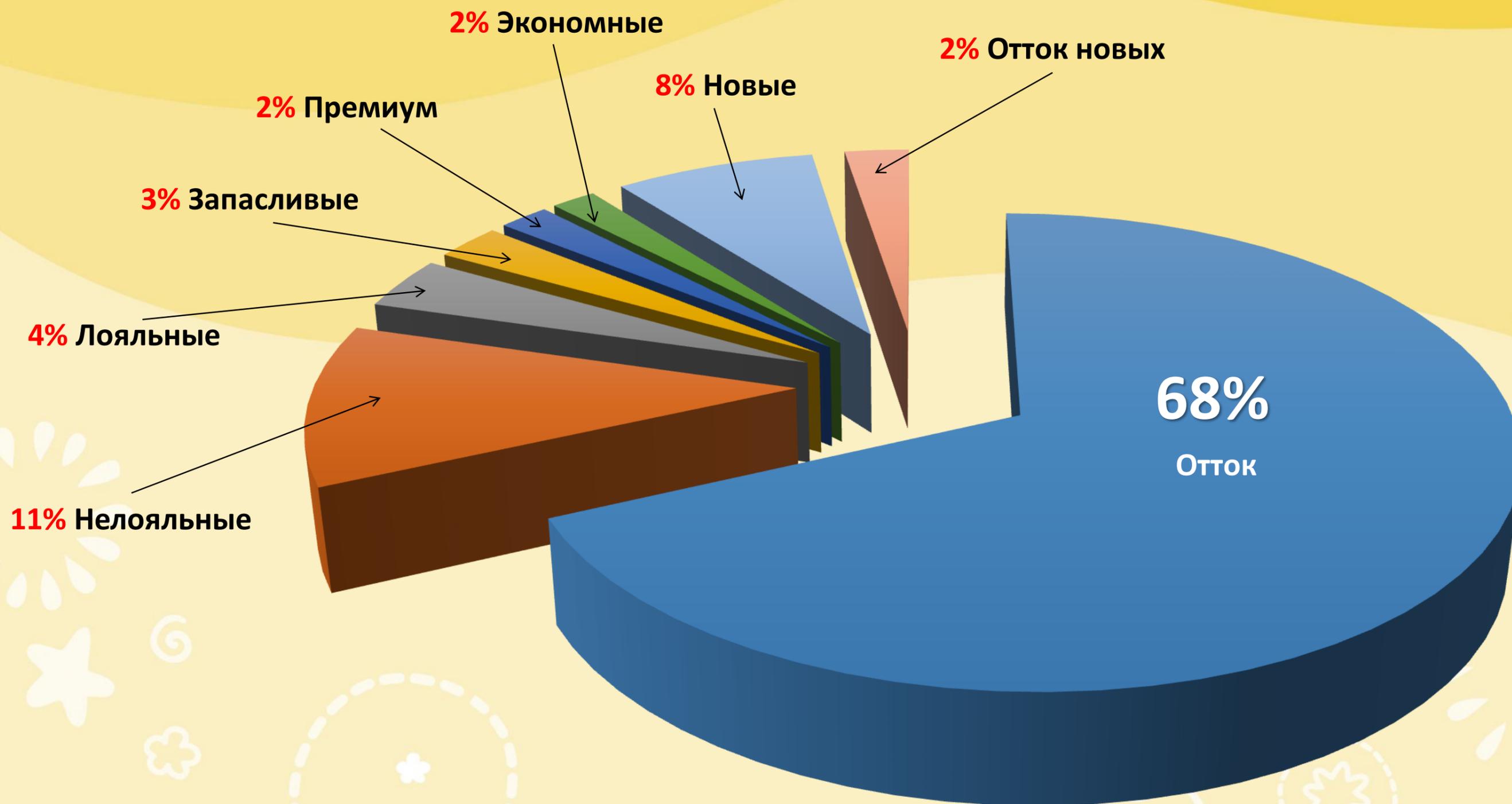
Сегментация базы и работа с сегментами RFM



Дочки-Сыночки
СУПЕРМАРКЕТ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ



Сегментация клиентской базы



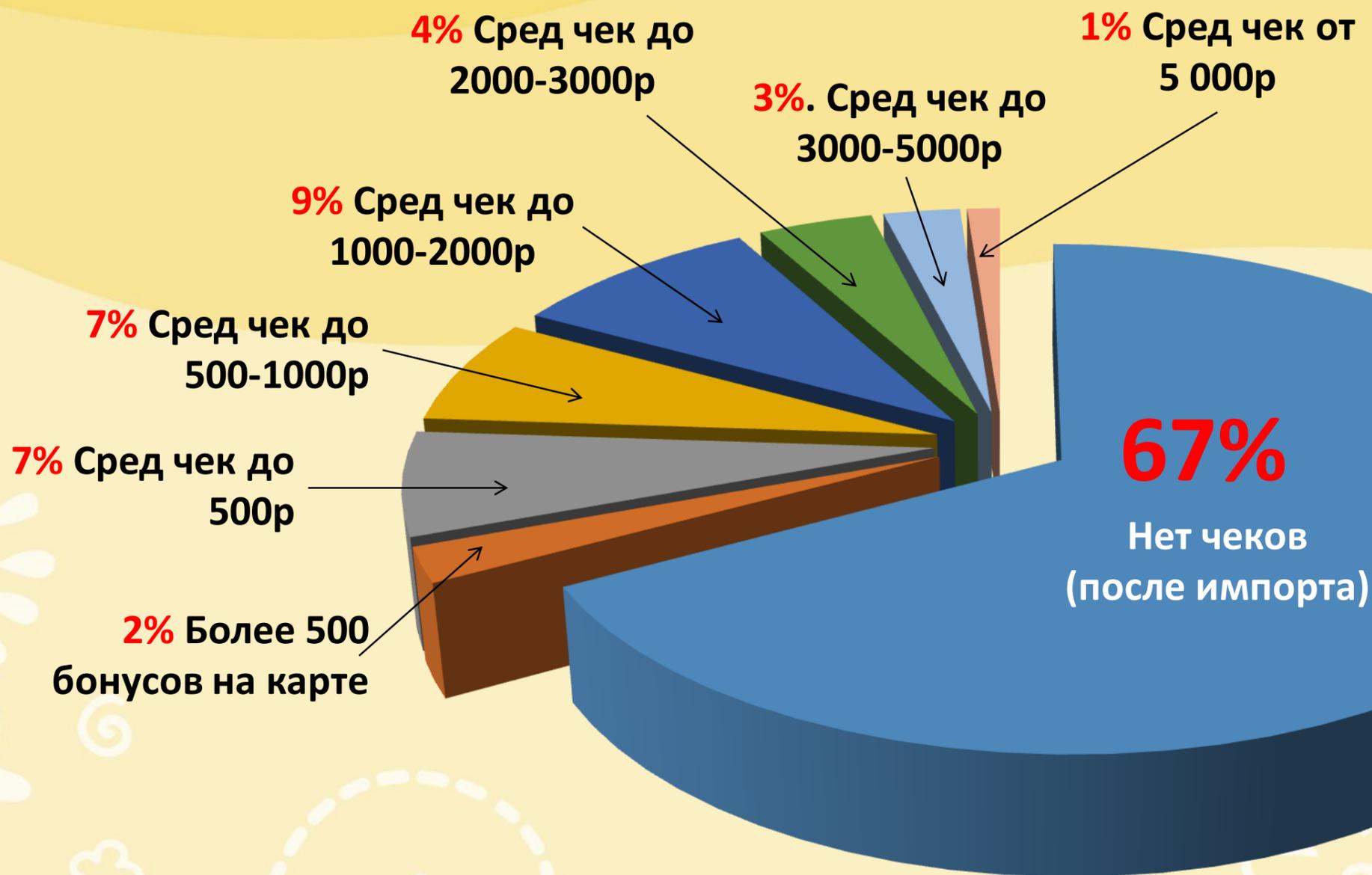
Сегментация базы и работа с сегментами RFM



Дочки-Сыночки
СУПЕРМАРКЕТ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ



Сегментация оттока по балансу и среднему чеку



Сегментация базы и работа с сегментами RFM



Целевые предложения и отклик по сегментам оттока

Коммуникация - смс

Сегмент оттока	Кол-во участников	Предложение	Отклик
Нет чеков (после импорта)	67%	Предначисление 1 000 бонусов	6%
Более 500 бонусов на карте	2%	Напоминание о балансе	28%
Сред чек до 500р	7%	Предначисление 100 бонусов	12%
Сред чек до 500-1000р	7%	Предначисление 100 бонусов	14%
Сред чек до 1000-2000р	9%	Предначисление 200 бонусов	14%
Сред чек до 2000-3000р	4%	Предначисление 300 бонусов	12%
Сред чек до 3000-5000р	3%	Предначисление 400 бонусов	12%
Сред чек от 5000р	1%	Предначисление 500 бонусов	12%

ROI = 39,7

Сегментация базы и работа с сегментами RFM



Целевые предложения по сегментам RFM

Сегмент	Кол-во участников	Характеристика	Что делать?	Наши активности в апреле	Наши коммуникации в апреле
Нелояльные	61%	Ходят редко и тратят мало	Пробудить лояльность - дать выгоду на то, что они уже покупают, sell-up, побудить ходить чаще	Скидка 10% на повторную покупку от 999 руб. в течении 10 дней!	СМС + печать купона на чеке, сообщение от кассира
Запасливые	15%	Ходят редко, но тратят достаточно и много	Побудить покупать ещё больше - cross-sell	Двойные бонусы на покупку детской одежды + обуви (для тех кто покупал детскую одежду, но никогда не покупал обувь). + Др. категории товаров.	
Лояльные	12%	Ходят часто и тратят достаточно и много	Укрепить лояльность - выразить благодарность, дать поощрение. Побудить покупать ещё больше - cross-sell		
Премиум	6%	Ходят часто и тратят очень много	Укрепить лояльность - более осязаемое выражение благодарности в поощрениях, VIP-service, cross-sell	Предначисление 500 бонусов на День Рождение! Увеличенный % списания бонусов на покупки (на 5%)	
Экономные	6%	Ходят часто, но тратят мало	Sell-up, cross-sell	300 бонусов в подарок при покупке от 999 руб.!	

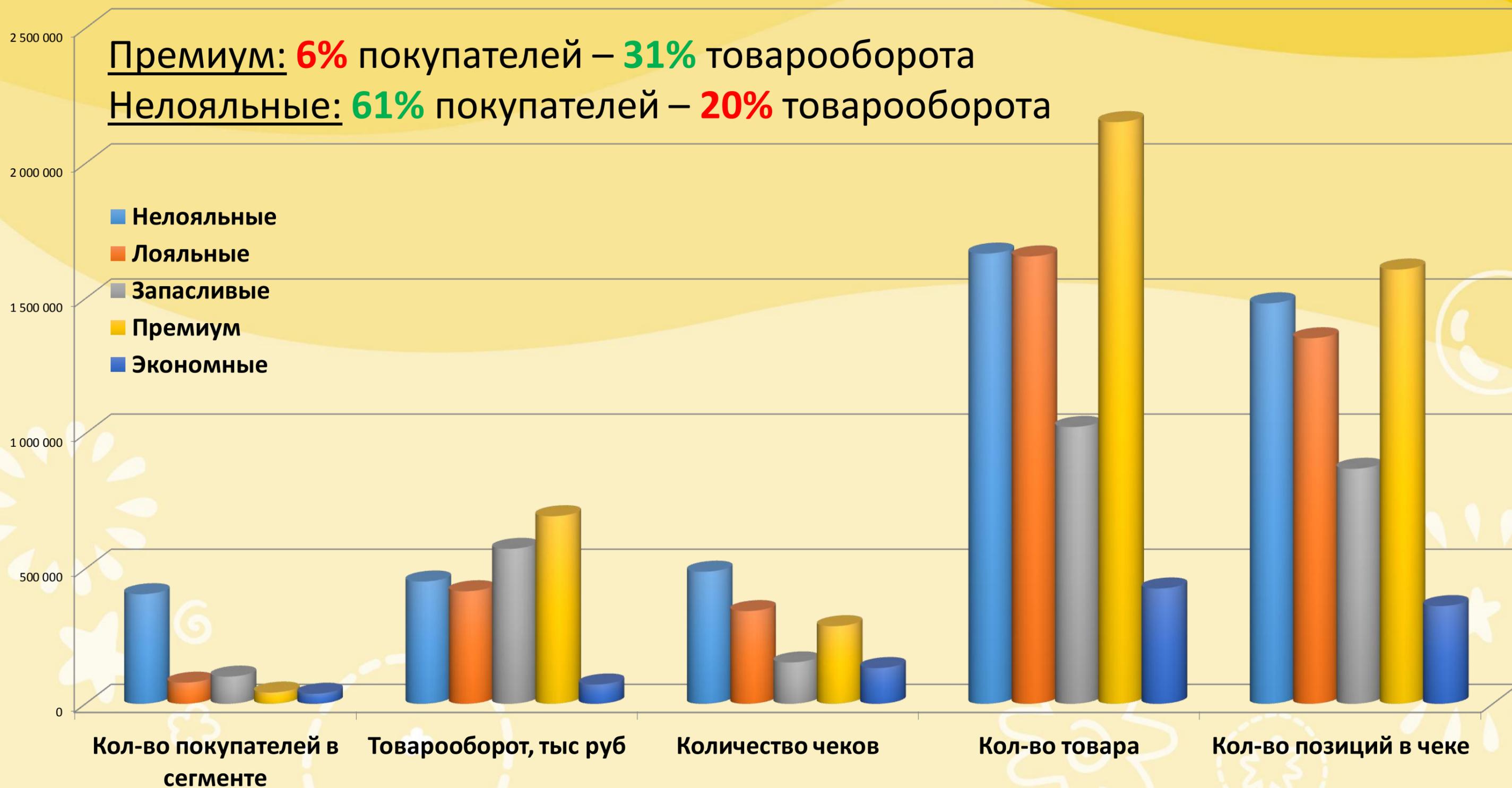
По плану при отклике 10%
ROI = 12

Сегментация базы и работа с сегментами RFM



КPI сегментов RFM в целом выражении за 3 месяца

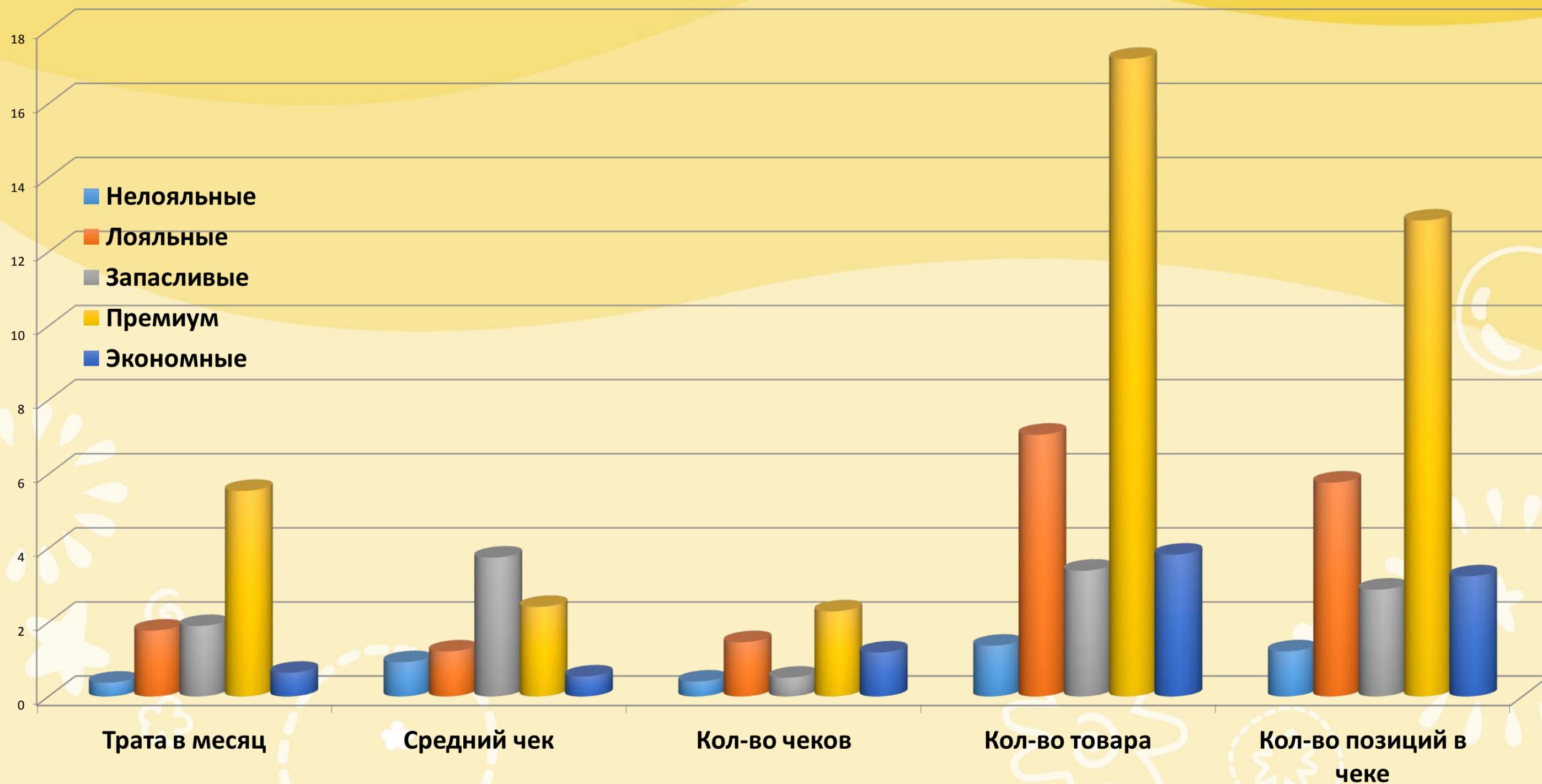
Премиум: **6%** покупателей – **31%** товарооборота
Нелояльные: **61%** покупателей – **20%** товарооборота



Сегментация базы и работа с сегментами RFM



KPI сегментов RFM в среднем выражении на 1 покупателя в месяц



Сегментация базы и работа с сегментами RFM



Дочки-Сыночки
СУПЕРМАРКЕТ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ



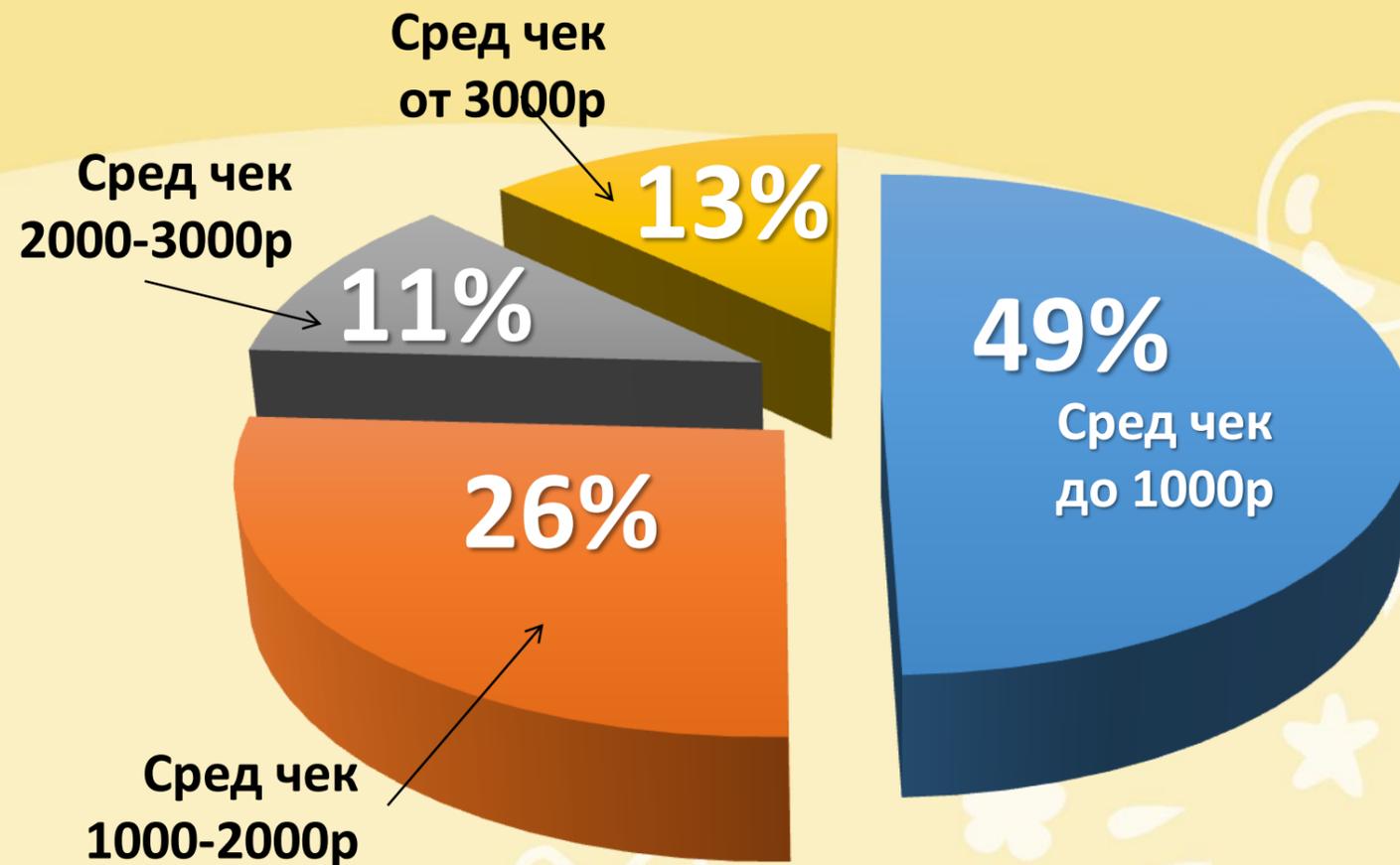
Сегментация новых покупателей

Новые покупатели за 3 месяца

Отток новых покупателей



Отток новых покупателей



Сегментация базы и работа с сегментами RFM



Целевые предложения по сегменту отток новых покупателей

Коммуникация - СМС

Сегмент оттока новых	Кол-во участников	Предложение
Сред чек до 1000р	49%	Скидка 10% при покупке от 500 руб.
Сред чек 1000-2000р	26%	Скидка 10% при покупке от 1 500 руб.
Сред чек 2000-3000р	11%	Скидка 10% при покупке от 2 500 руб.
Сред чек от 3000р	13%	Скидка 10% при покупке от 3 500 руб.

По плану при отклике 10%

ROI = 27,7

ИТОГИ 2014/2015гг.

ТО LFL - +8%

Ср чек - +12%

В результате вышеперечисленных и других маркетинговых мероприятий мы достигли положительных результатов.

Спасибо **за** внимание!

Халимов Руслан

Сеть детских супермаркетов Дочки-Сыночки

Руководитель по развитию программ лояльности

Моб. 8(968) 655-03-35

E-mail: ruslan.jk@mail.ru

<https://ru.linkedin.com/in/khalimov-ruslan-48063356> 