

КАКИЕ МЕХАНИКИ РАБОТАЮТ В КЛИЕНТСКОЙ ЛОЯЛЬНОСТИ В 2020 ГОДУ

Анна Никандрова
Руководитель направлений Ритейл и FMCG

“

Чтобы конкурировать на рынке, бренды должны быть такими же гибкими и проницательными в выборе технологий, как и в выборе продуктов.

”

Retail Technology Trends to Watch in 2020

МОБИЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ — ТРЕНД В СФЕРЕ ЛОЯЛЬНОСТИ



РИТЕЙЛЕРЫ С МОБИЛЬНЫМ ПРИЛОЖЕНИЕМ СОСТАВЛЯЮТ БОЛЕЕ ШИРОКИЙ ПОРТРЕТ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ.

ОНИ МОГУТ ИСПОЛЬЗОВАТЬ ЭТИ ДАННЫЕ ДЛЯ ПЕРСОНАЛИЗАЦИИ ПРЕДЛОЖЕНИЙ.

*7 Hot Mobile Trends for 2020

ЧТО ПОКУПАТЕЛИ ЖДУТ ОТ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ БРЕНДОВ

72%

покупателей **ждут вознаграждений** — хотят, чтобы бонусы от брендов были доступны в смартфоне

*PostFunnel

71%

клиентов **ждут информативности** — используют приложения ритейлеров, чтобы проверять цены

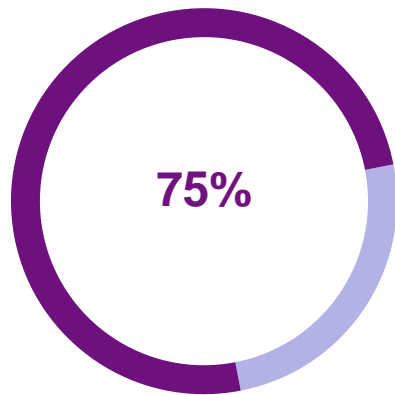
*Clutch

51%

пользователей **ждут удобства** — как минимум один раз они покупали что-то через приложение ритейлера

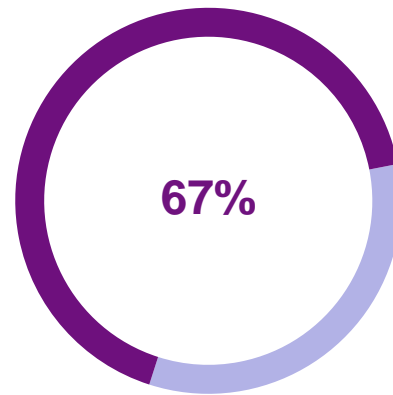
*Statista

ЦИФРОВЫЕ КУПОНЫ ИНТЕРЕСНЫ КЛИЕНТАМ И РИТЕЙЛЕРАМ



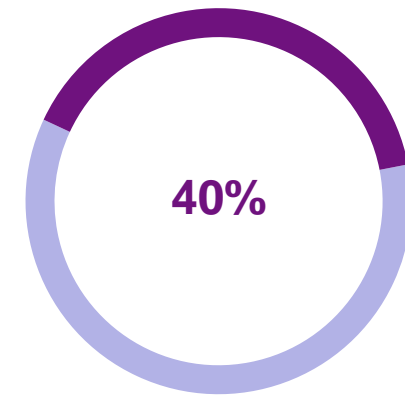
покупателей **хотя бы раз** использовали цифровые купоны, чтобы получить скидку

*Invesp



потребителей предпочтут ритейлера, который **предлагает мобильные купоны**

*BRP



ритейлеров считают, что **мобильные купоны — ключевая функциональность** их собственных приложений

*BRP



**83% КЛИЕНТОВ ХОТЯТ
ПОЛУЧАТЬ
ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННЫЙ
ОПЫТ ПОКУПОК.**

**ЭФФЕКТИВНАЯ
ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ МОЖЕТ
УВЕЛИЧИТЬ ДОХОДЫ
РИТЕЙЛЕРА ДО 30%.**

*Future of Retail Operations: Winning in a Digital Era



**47% ПОКУПАТЕЛЕЙ БУДУТ
РАДЫ ПУШ-УВЕДОМЛЕНИЯМ
ОТ РИТЕЙЛЕРОВ С АКЦИЯМИ
И КУПОНАМИ, КОГДА ОНИ
НАХОДЯТСЯ В МАГАЗИНЕ.**

*4 Use Cases for Personalized Push Notifications



**66% ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ХОТЯТ
ИМЕТЬ ДОСТУП К КАРТАМ
ЛОЯЛЬНОСТИ В МОБИЛЬНЫХ
КОШЕЛЬКАХ.**

*Vibes Mobile Consumer Report

**КРИЗИС — ЭТО ВОЗМОЖНОСТЬ ВЫСТРОИТЬ
ДОЛГОСРОЧНУЮ ЭМОЦИОНАЛЬНУЮ СВЯЗЬ
С ПОКУПАТЕЛЯМИ**

ПАНДЕМИЯ ОБОСТРИЛА ВАЖНОСТЬ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ

- Каждый второй покупатель отметил — когда закончится пандемия, он **будет ответственнее выбирать магазины для шопинга**.
- Клиенты ждут от брендов не только разумные цены, но и **поддержку, заботу и внимание** к проблемам, которые их волнуют.

*How COVID-19 Will Permanently Change Consumer Behavior



ЦЕННОСТИ, КОТОРЫЕ СВЯЗЫВАЮТ БРЕНДЫ И ИХ КЛИЕНТОВ



*Deloitte

КАК РИТЕЙЛЕРЫ ТРАНСЛИРОВАЛИ СВОИ ЦЕННОСТИ ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ

ЗАПУСКАЛИ БЕЗОПАСНЫЕ БЕСКОНТАКТНЫЕ ПОКУПКИ

- К мобильному кошельку Kroger Pay можно привязать банковскую карту и **оплачивать покупки как в онлайн, так и в офлайне.**
- Kroger Pay **синхронизирован с профилем клиента** в программе лояльности и учитывает информацию о доступных **купонах и скидках.**



ПОДДЕРЖИВАЛИ БОРЬБУ С НЕРАВЕНСТВОМ

- В июне бонусы Sephora можно было **обменять на пожертвование в фонд National Black Justice Coalition**, который помогает афроамериканцам из сообщества ЛГБТК+.
- В июле пожертвования отправляют в поддержку **Project Glimmer** — проект, который дарит подарки нуждающимся девочкам-подросткам.

SEPHORA



ДЕЛАЛИ ЛЕКАРСТВА ДОСТУПНЕЕ

- Миссия сети аптек CVS — помогать людям вести здоровый образ жизни, улучшать и упрощать локальное здравоохранение.
- Бренд запустил новую программу лояльности по подписке — CarePlus.
- За \$5 в месяц участники получают бесплатную доставку онлайн-заказов, скидку 20% на продукты собственной торговой марки CVS и круглосуточные консультации с фармацевтом.



ПОМОГАЛИ МАЛОМУ БИЗНЕСУ

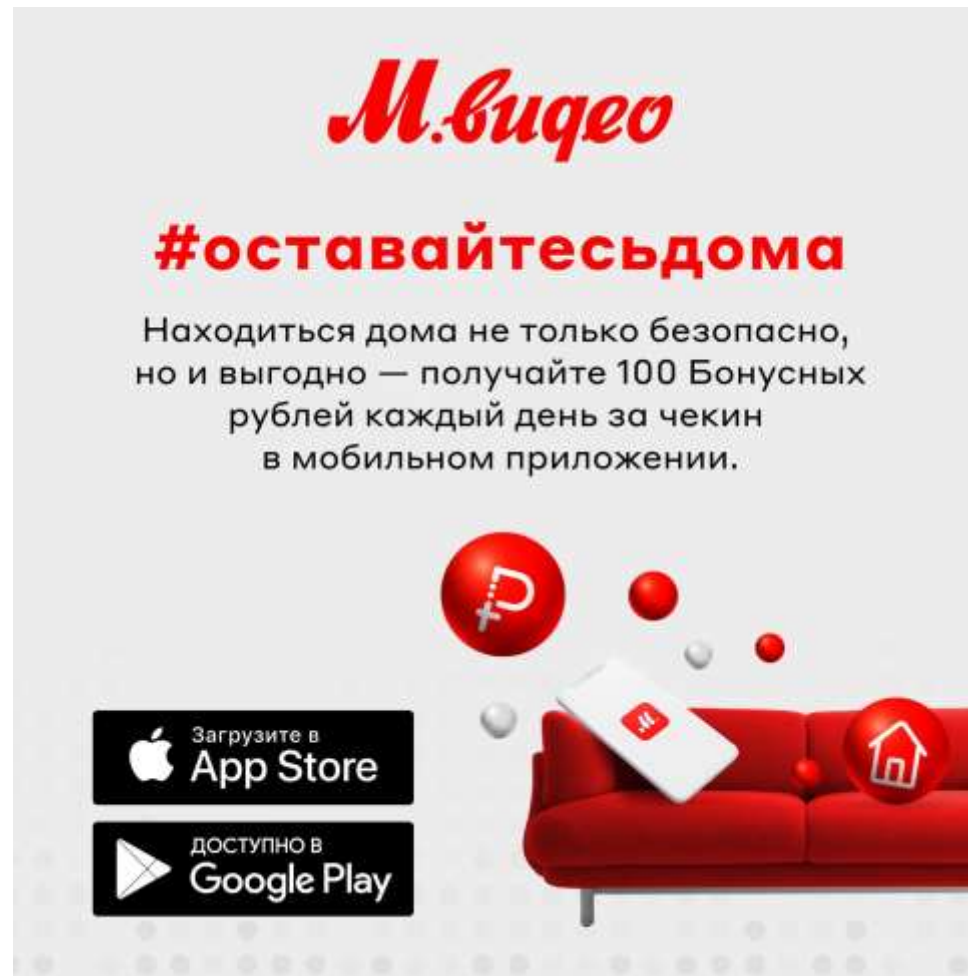
- Nakedwines помогает независимым винодельням **вместе с участниками программы лояльности**. Те ежемесячно вносят на свой **«винный вклад»** \$40, а бренд инвестирует в «талантливых независимых виноделов».
- Участники программы лояльности, которых называют Ангелами, **взамен получают скидки до 60%**. Деньгами со счёта можно расплатиться за заказ — или же вывести их.

nakedwines



НАГРАЖДАЛИ БОНУСАМИ

- Сеть цифровой и бытовой техники и электроники «М.Видео» дарила **за каждый день проведённый дома** 100 бонусов.
- Чтобы их получить, клиент чекинулся **в мобильном приложении** — система проверяла его геопозицию и начисляла привилегии.



М.видео

#оставайтесьдома

Находиться дома не только безопасно, но и выгодно — получайте 100 Бонусных рублей каждый день за чекин в мобильном приложении.

Загрузите в **App Store**

доступно в **Google Play**

The advertisement features a red sofa with a white smartphone on it. Surrounding the sofa are several red and white spheres, some containing icons like a Russian ruble symbol (₽) and a house icon, symbolizing staying home and earning bonuses.

РАССКАЗЫВАЛИ О СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТАХ

- Сеть гипермаркетов «ЛЕНТА» до сих пор поддерживает проект «Единый телефон заказа продуктов для пожилых людей Санкт-Петербурга».
- В специальном чате ритейлер ищет добровольцев. Волонтёры доставляют заказы бабушкам и дедушкам, которые соблюдают строгую самоизоляцию.



ПОМОЩЬ В ДОСТАВКЕ
ПРОДУКТОВ ПОЖИЛЫМ
ЛЮДЯМ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

+7 812 425 14 45

Заявки принимаются с 9:00 до 17:00
ежедневно



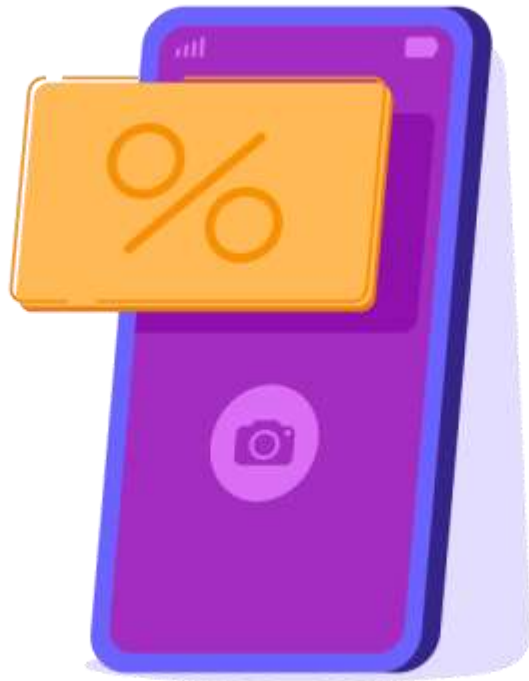
ЗАПУСКАЛИ СПЕЦИАЛЬНЫЕ АКЦИИ

- Сеть супермаркетов «Карусель» проводила акцию «Такси в подарок» в собственном мобильном приложении.
- При покупке от 2500 рублей постоянные клиенты могли активировать акцию и уехать из супермаркета домой бесплатно.



**КОШЕЛЁК ОБЪЕДИНЯЕТ
ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ
В ОДНОМ ПРИЛОЖЕНИИ**





МИССИЯ КОШЕЛЬКА —

**ЗАМЕНИТЬ ПРИВЫЧНЫЙ
БУМАЖНИК В КАРМАНЕ
ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ И ИЗБАВИТЬ
МИР ОТ ПЛАСТИКОВЫХ КАРТ**

КОШЕЛЁК В ЦИФРАХ

213 млн

карт добавлено в приложение

13 млн

пользователей уже
зарегистрировано

10 млн

человек — активная
ежеквартальная аудитория
приложения



**12% ВСЕХ КАРТ В КОШЕЛЬКЕ
НЕ СУЩЕСТВУЮТ В ПЛАСТИКЕ
И ВЫПУЩЕНЫ СРАЗУ
В МОБИЛЬНОМ ФОРМАТЕ**



КОШЕЛЁК PAY —

**СЕРВИС ДЛЯ
БЕСКОНТАКТНОЙ ОПЛАТЫ
ПОКУПОК**



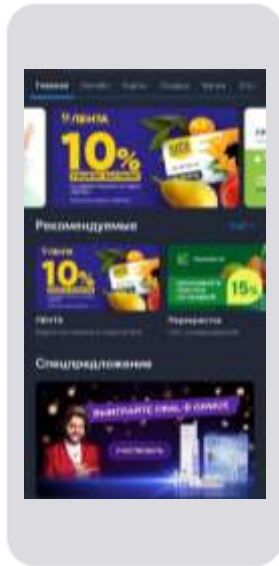
VISA



КОШЕЛЁК И ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ



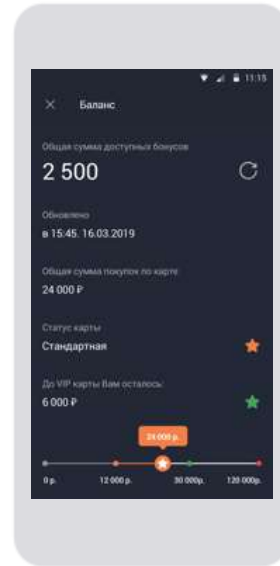
Хранение карт



Предложения партнёров



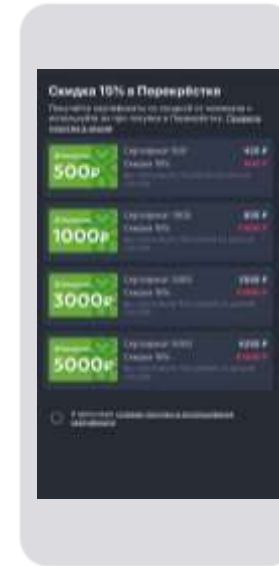
Мобильная карта лояльности



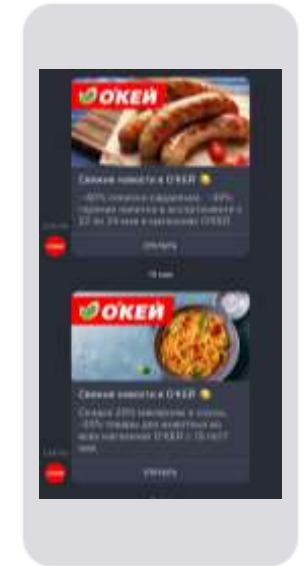
Баланс карты с прогресс-баром



Скидочные купоны



Сертификаты с компенсацией скидки



Информация об акциях

НАМ ДОВЕРЯЮТ ВЕДУЩИЕ РИТЕЙЛ-СЕТИ СТРАНЫ



ОПЫТ ПАРТНЁРОВ КОШЕЛЬКА

СЕТЬ ГИПЕРМАРКЕТОВ «ЛЕНТА»

Треть участников программы лояльности «ЛЕНТА» хранят карту магазина в Кошельке.

60% всех выпущенных в приложении карт — новые карты.

Кошелёк дополняет собственное приложение сети, увеличивая охват программы лояльности и привлекая новых клиентов.

СЕТЬ МАГАЗИНОВ ПРОДУКТОВ «ВКУСВИЛЛ»

Сеть экономит до 700 000 рублей ежемесячно на верификации контактных данных новых клиентов и эмиссии пластика.

Коммуникация с клиентами через Кошелёк в 6 раз дешевле СМС-рассылок.

ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ METRO

Новые клиенты METRO в Кошельке составляют около 30% от пользователей, которых самостоятельно привлекает ритейлер.

METRO дарит пользователям Кошелька мобильные купоны на скидку.



ВСЕ КАРТЫ В ОДНОМ ПРИЛОЖЕНИИ!

Анна Никандрова
Руководитель направления Ритейл и FMCG

an@cardsmobile.ru