



# Как персонализировать программу лояльности

**Аркуша Мария**

arkusha.marya@yandex.ru



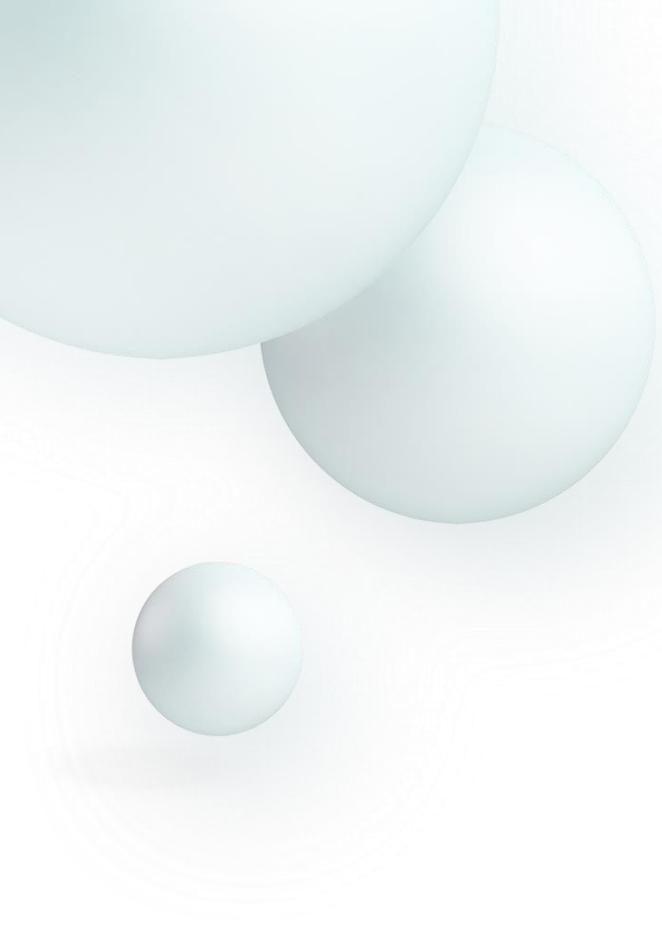


# Обо мне

Специализируюсь на разработке и проведении акций

30+ реализованных маркетинговых проектов под моим управлением

В «Лоймакс» менеджер проектов в отделе маркетинга



# Содержание

1. Пару слов о Loyтах
2. Почему лояльность это важно
3. Что нужно для достижения персонализации
4. Какие есть инструменты для персонализации
5. Кейс
6. Доступная функциональность для банков
7. Итоги

# История Loymax

## 2012

### Идейный стартап

- Потребность сохранить позиции на рынке регионального Интернет-провайдера
- Необходимо объединить компании из разных сфер
- Нет подходящего решения на рынке



### Первые заказчики

70% города Томска пользуются программой лояльности от Лоймакс



### Быстрая зона роста



## 2019

### Лидеры среди решений в своей области\*

Модульная система для автоматизации программ лояльности

\* Компания Loymax была признана “Вендором года” за лучшее программное обеспечение (CRM&Loyalty) для реализации программы лояльности в 2018 г.

# Ключевые цифры

Покупателей в  
минуту:

**900 000+**

Кол-во торговых  
объектов:

**2000+**

Типов продвижения  
при помощи системы:

**400+**

Увеличение прибыли  
после внедрения  
системы на:

**20%**

Основание компании:

**2012**

Сотрудники:

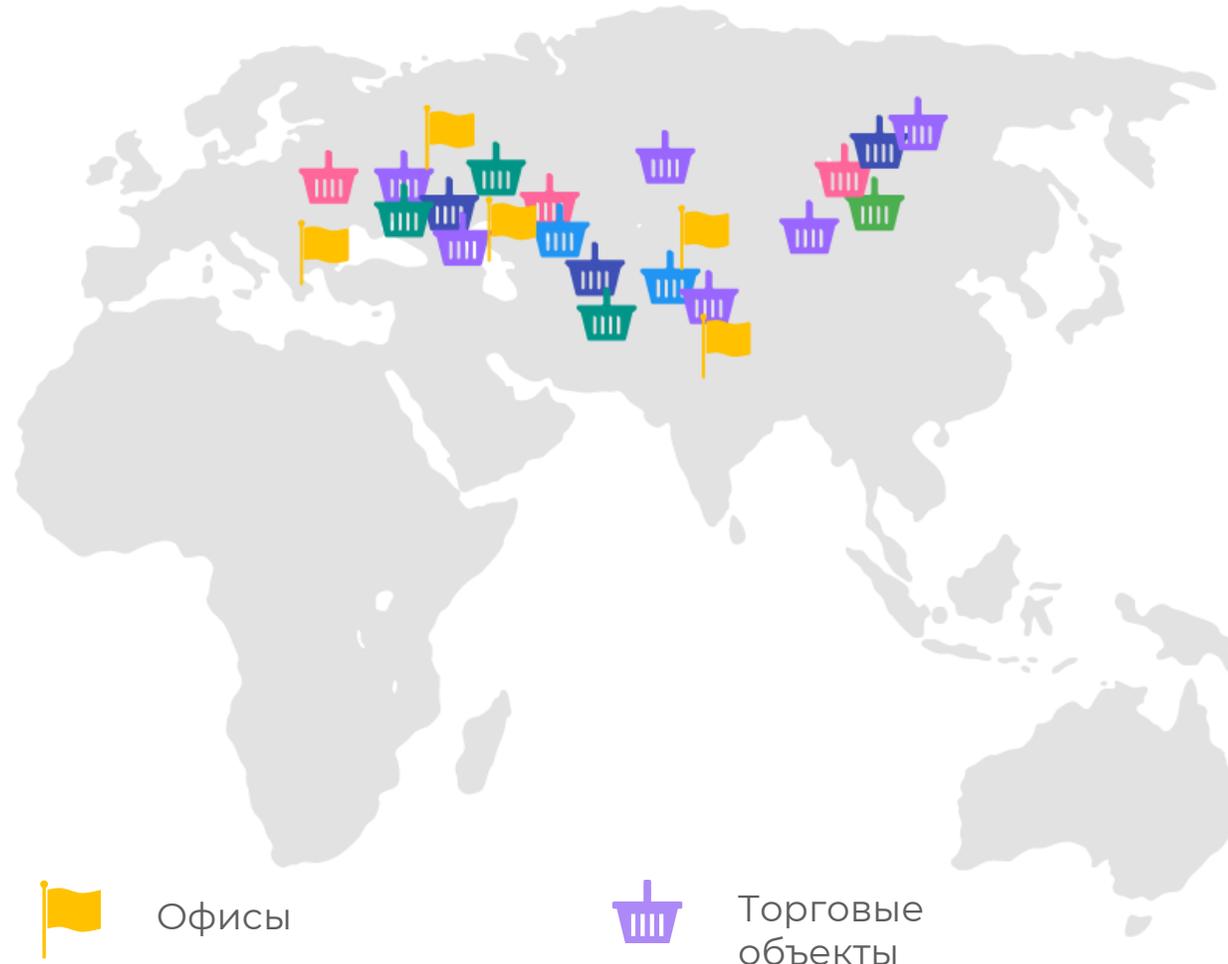
**100+**

Офисы:

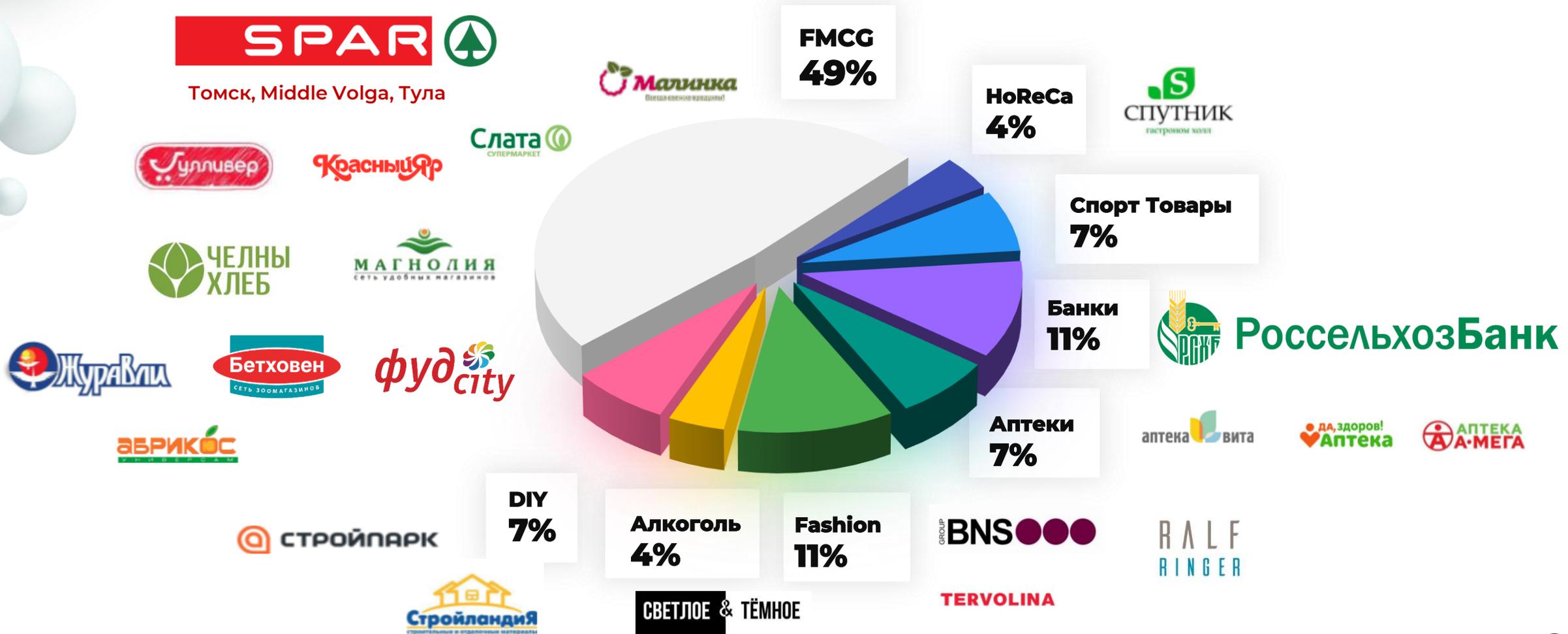
**5**

Поддержка:

**24/7**



# Кто наши клиенты?



# Почему лояльность – это важно?

Удерживать лояльных клиентов выгоднее, чем привлекать новых

**60-70%**

Вероятность продажи лояльному клиенту, а новому всего 5-20%

Marketing Metrics

На **67%** больше тратят лояльные клиенты чем новые

BAIN & COMPANY, INC.  
Boston, Massachusetts

Сохранение лояльных клиентов в **5 раз** дешевле привлечения новых

Исследование Sweettooth

# Почему лояльность – это важно?

Тренд на персонализацию маркетинга

**94%** участников ПЛ  
хотят получать новости и  
сообщения от любимого  
бренда

According to Maritz Loyalty Report

Но только **53%**  
говорят, что эти  
сообщения для них  
актуальны

# Что нужно чтобы персонализировать маркетинг?

Вся информация  
о клиенте

Быстрый запуск  
акций

Помощь клиенту  
сотрудника КЦ  
с быстрым доступом  
к информации

Глубокая аналитика  
для принятия верных  
решений

Конструктор:  
мобильное  
приложение  
за 1 неделю

Конструктор сайта  
для программы  
лояльности

Обратная  
связь 24 \ 7  
по запросу  
клиента

Триггерные  
персонализированные  
цепочки коммуникаций

# ОСНОВНЫЕ МОДУЛИ Loymax

Loymax  
CRM

Loymax  
Management

Loymax  
Contact Center

Loymax  
BI

Loymax  
Mobile App

Loymax  
Web Plugins

Loymax  
Chat Bot

Loymax Smart  
Communications

# Loymax CRM



Идентификация  
клиента



Сбор в единую базу даже  
не авторизованных  
клиентов



Обзор на 360°  
и анализ данных



Повышение  
качества  
данных



Сегментация  
клиентов

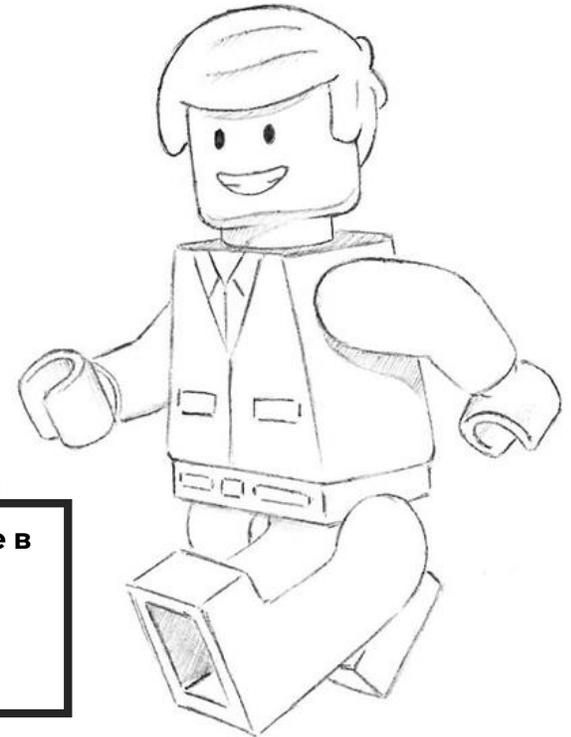


Управление  
целевыми  
аудиториями

# Loymax Management

Процессинг и единое окно для создания и управления маркетинговыми кампаниями.

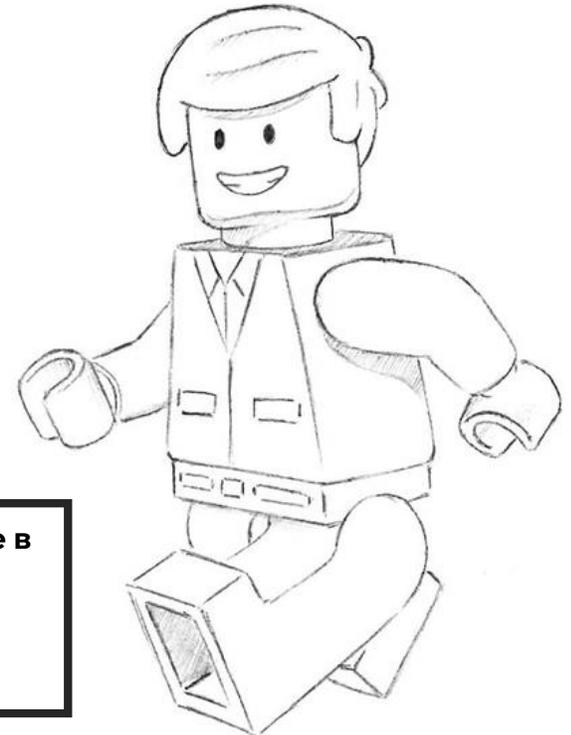
**Конструктор  
акций**



# Loymax Management

Процессинг и единое окно для создания и управления маркетинговыми кампаниями.

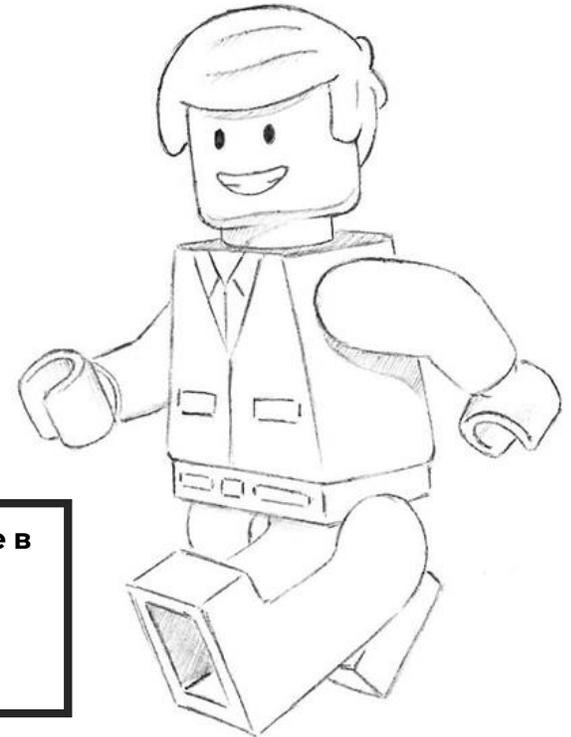
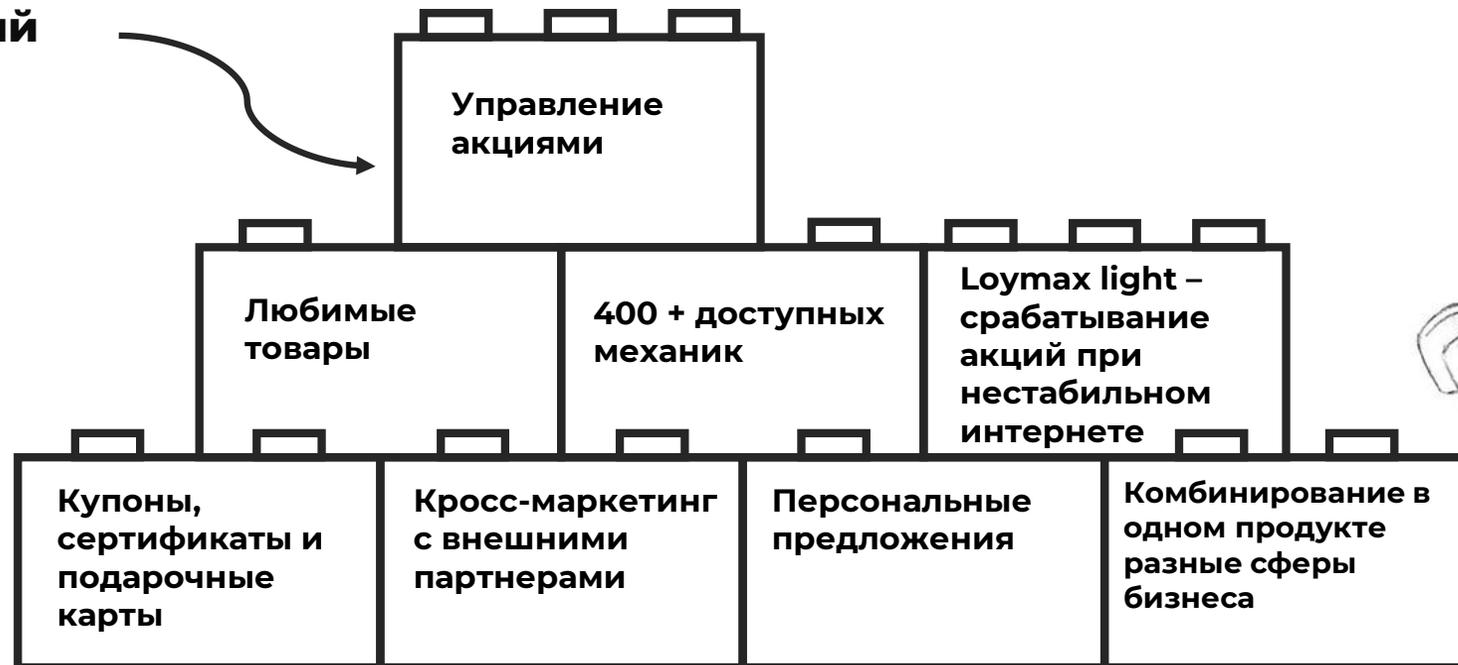
Конструктор  
акций



# Loymax Management

Процессинг и единое окно для создания и управления маркетинговыми кампаниями.

Конструктор  
акций



# Мобильное приложение, личный кабинет и чат-бот

## Loymax Mobile App



- Набор готовых модулей для создания собственных приложений ПЛ или интеграций в существующие
- Понятный и простой в использовании интерфейс. Лучшее из разных решений
- Быстрый запуск

## Loymax Web Plugins



- Веб-сайты для личных аккаунтов участников ПЛ
- Выбор дизайна с Angular Js или использование плагина Wordpress
- Публичный API
- Интеграция в существующие + готовые описанные сценарии

## Loymax Chat Bot

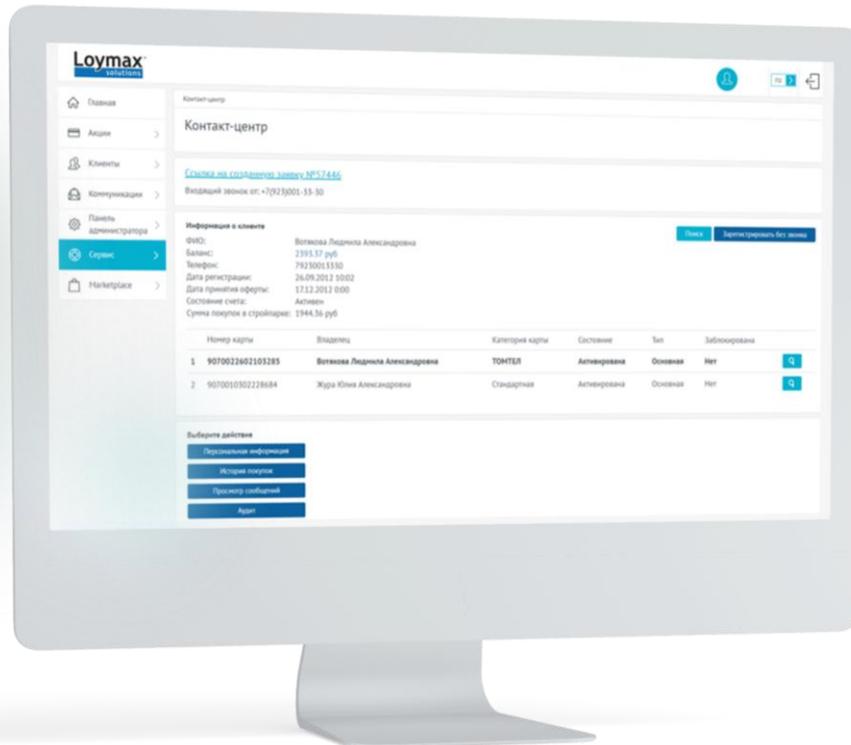


- Готовая интеграция с 6 мессенджерами
- Функциональность личного кабинета
- Использование доп. возможностей мессенджеров

# Loymax Contact Center

## Loymax 24/7

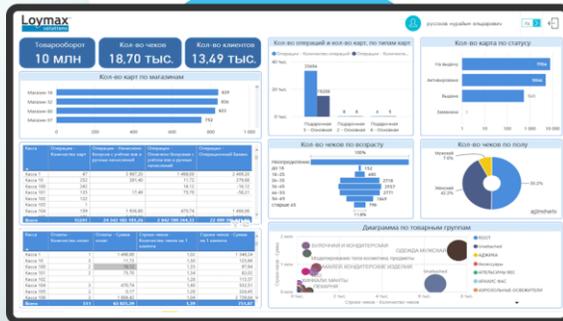
Собственный специализированный контакт-центр разработан и интегрирован с системой Loymax.



## Возможности Contact Center

- Обработка обращений
- Интерфейс для оператора контакт- центра
- Широкая функциональность и возможности
- Уровень обработки вызовов составляет 99,9%

# Loymax BI



Преднастроенные отчеты

Power BI

Excel

Произвольные отчеты

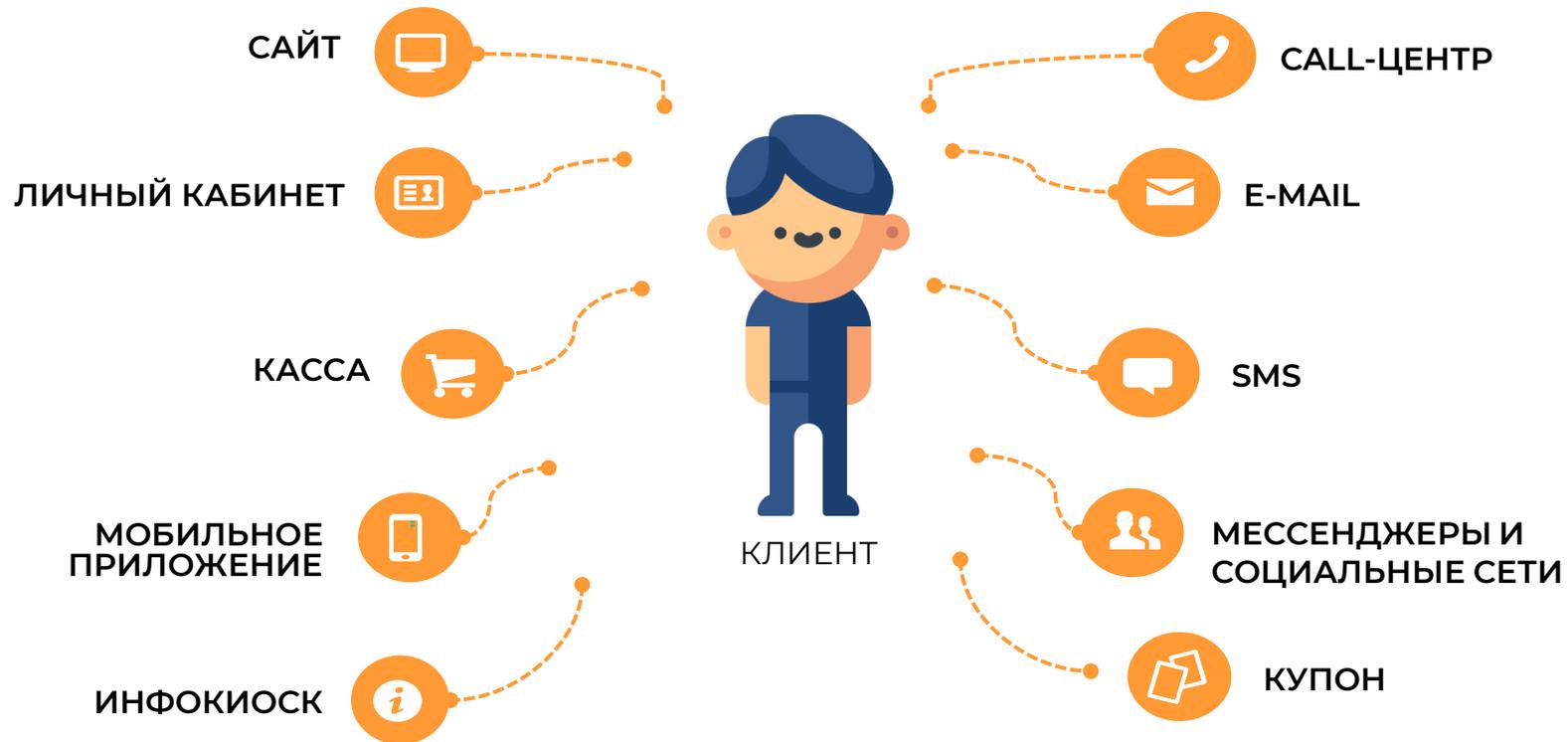
Excel

Другой клиент

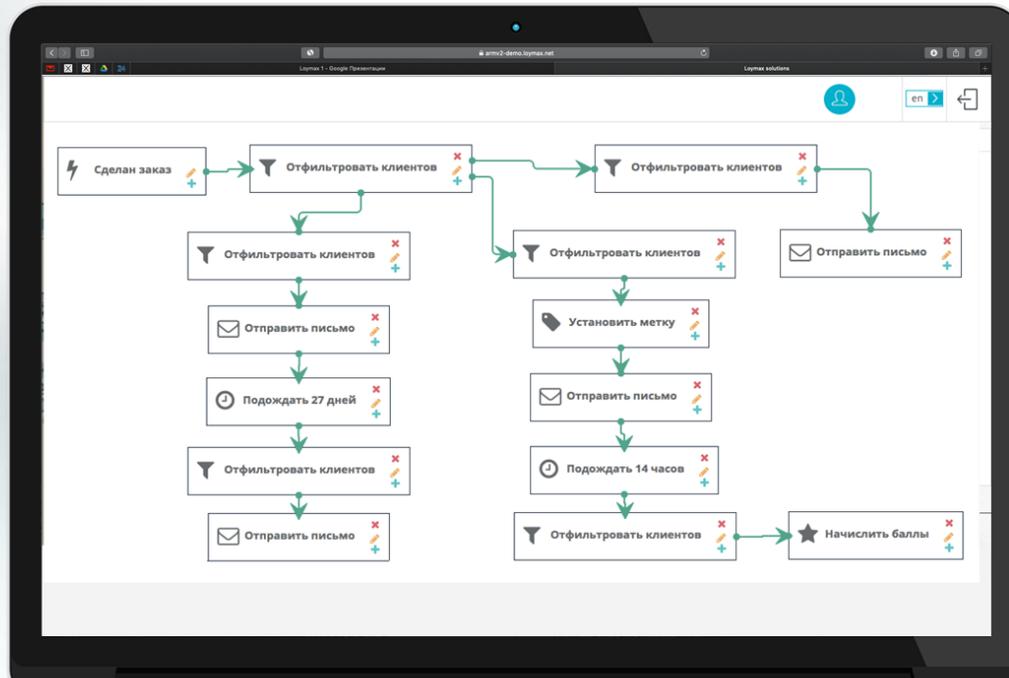
- Наглядное представление
- Простота использования
- Широкие возможности
- Гибкость
- Возможность самостоятельно настраивать отчеты

# Loymax Smart Communications

Симбиоз онлайн и офлайн направлений

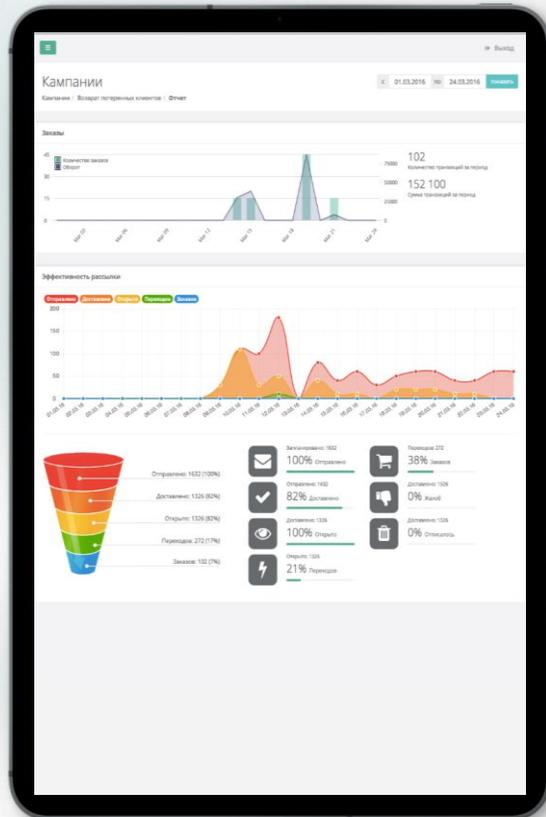


# Loymax Smart Communications



- Создание и настройка эффективных кампаний
- Коммуникационные цепочки на сегменты в зависимости от действий клиента.
- Добавление сложной логики кампаний: «если»-«то»-«иначе»

# Loymax Smart Communications



Развитая система аналитики отслеживает все действия клиента, попавшего под воздействие цепочек коммуникаций.

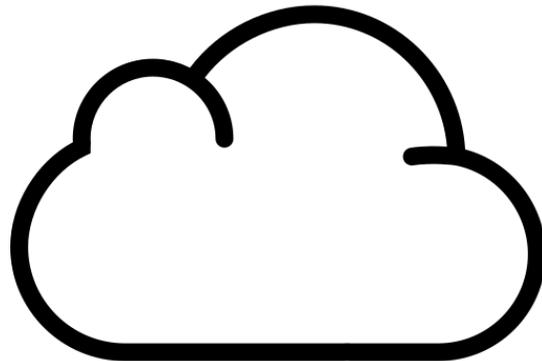
Платформа помогает:

- отслеживать эффективность коммуникаций с клиентами
- оценивать ROI от работы с клиентской базой
- сохранять признак покупки клиентов (онлайновые и офлайновые), распознавая цепочку, которая привела к оформлению дополнительного заказа

# Способы поставки продукта



**In house**



**Cloud**



**< // >**

**Продажа  
ИСХОДНОГО КОДА**



**РоссельхозБанк**

# Кейс

Программа лояльности уровня  
платежной системы

# Проверенный бизнес-кейс

Участники:



Банк / Платежная система



Оператор ПЛ



Партнеры  
(услуги, товары)



Участники ПЛ –  
физические лица

**1** Банк/платежная система поручают Оператору организацию ПЛ для своих клиентов.

**2** Данные баллы могут быть потрачены Участниками через витрину ПЛ или витрины Партнеров. Курс 1 балл = 1 рубль.

**3** Дополнительно возможна доплата с банковских карт Участников программы лояльности, если баллов не достаточно для приобретения товара/услуги

# Денежный поток

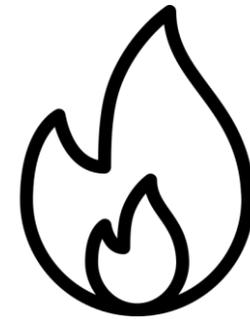
Use Case: 300 тыс. участников программы:



Накапливают бонусный пул:  
**> 10 млн. рублей в месяц**



Тратят на приобретение товаров/услуг:  
**10 млн. в месяц**



Сгорает баллов (по истечению периода бездействия, равного 2м годам) – **5 млн. руб. в месяц.**

# Преимущества для банка



Реализация  
востребованного сервиса  
для Клиентов банка



Продажа Партнерам ПЛ  
банковских сервисов  
и услуг



Дополнительные  
комиссионные доходы со  
стороны Партнеров ПЛ

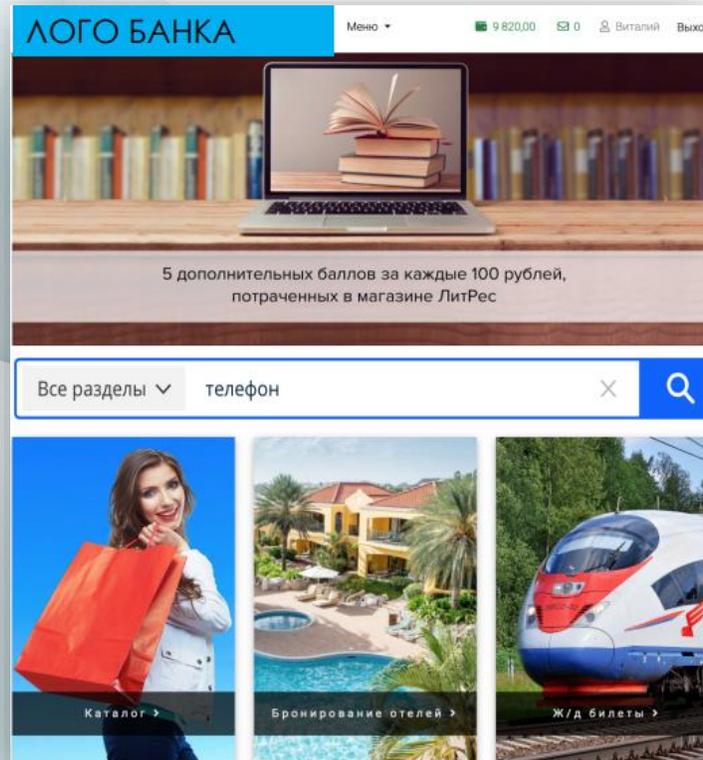


Дополнительные доходы  
Банка (при «сжигании»  
баллов)

# Бонусная витрина

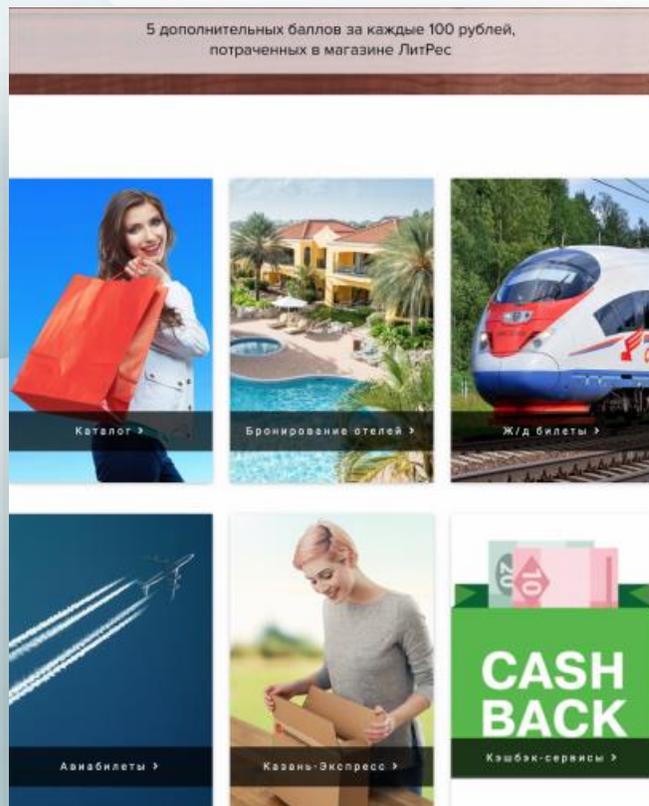
- Интегрируется на ресурсы банка с бесшовной авторизацией клиентов через ДБО/мобильного приложения
- Минимальные интеграционные издержки в рамках ежедневных процессов реконсиляции
- Легкий процесс интеграции Партнеров ПЛ для представления товаров/услуг на витрине
- Работа во всех браузерах и смартфонах
- Широкие возможности по организации акций и специальных предложений для Участников ПЛ

# Бонусная витрина



- Быстрая адаптация дизайна под требования Банка
- Развитый функционал витрины для Участников
- Широкий набор поставщиков товаров и услуг
- Каталог может расширяться по требованию заказчика в рамках универсального API.
- Каталог cash-back партнеров, предлагающий повышенную премию за приобретение товаров/услуг на внешних ресурсах по картам Банка
- Интеграция с платежным шлюзом Банка, для осуществления сплит-транзакций

# Каталог подарков

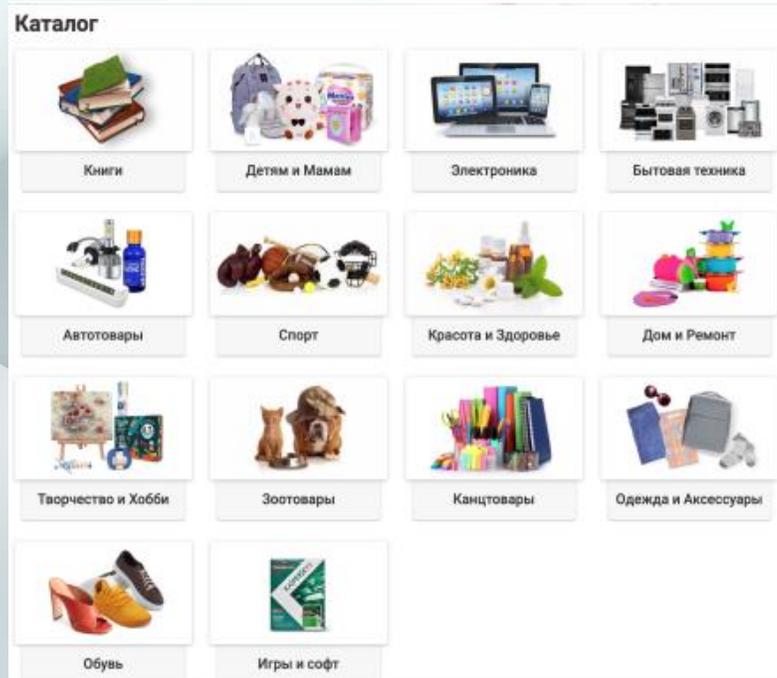


Каталог подарков состоит из функциональных разделов-плиток, которые ведут на предложения компаний-партнеров Программы лояльности:

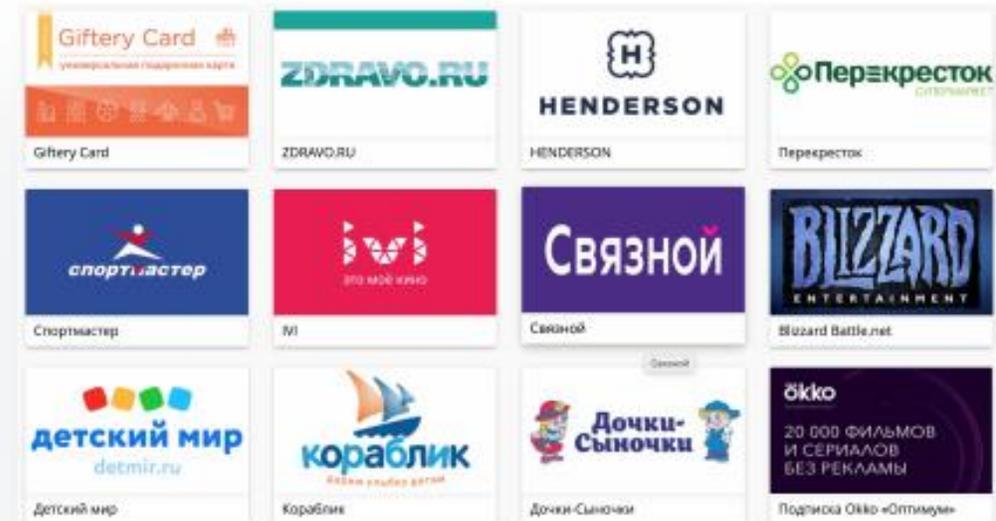
- Авиабилеты, ЖД, Отели
- Товары
- Подарочные сертификаты

Процесс покупки аналогичен процессу приобретения товаров и услуг в обычном интернет-магазине.

# Каталог подарков



Широкий ассортимент товаров позволяет любому Участнику ПЛ найти именно тот товар, который ему необходим



Участник ПЛ имеет возможность приобрести подарочную карту от более 100 крупнейших ритейловых и онлайн-магазинов

# Административная часть

АРМ Урожай   Пользователи   Заказы   Чаты   Задачи   Поставщики   Администраторы   Группы пользователей   Выход

## Заказы

Поставщик:    Статус заказа:    ID заказа:    Uniqueld пользователя:

Дата создания, от:    Дата создания, до:    Номер/ID/PNR/Название товара:

#	Поставщик	Пользователь	Создан	Выписан	Статус
5d62a48216a23ba7f6748833	Gevar	 0016884	25.08.2019 18:08		оплачен <input type="button" value="подробнее"/>
5d62a21316a23b97ac1b064d	Gevar	 00962817	25.08.2019 17:58		оплачен <input type="button" value="подробнее"/>
5d62a10c16a23b97ac1b063e	Gevar	 00944293	25.08.2019 17:54		оплачен <input type="button" value="подробнее"/>
5d62a02a16a23b941f233609	Gevar	 00944293	25.08.2019 17:50		новый <input type="button" value="подробнее"/>

Широкие возможности административной части **Витрины ПЛ** позволяют **Оператору ПЛ** и **Банку** оперативно взаимодействовать с **Участниками ПЛ** и **Партнерами ПЛ** для решения задач связанных с взаиморасчетами

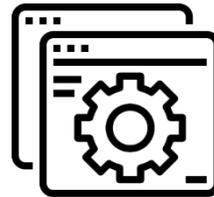
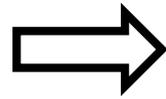
# **Возможности для банков**

# Привязка банковской карты к программе лояльности

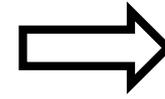
Легкий вход в программу лояльности.



Клиент регистрируется в ПЛ



Проверка, является ли он клиентом банка и (если да) подгрузка имеющихся данных



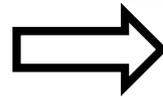
Клиент заполняет только недостающие поля

# Обработка запроса на выдачу карты Банка

Способ увеличить клиентскую базу банка через программу лояльности.



Виртуальная карта в МП, можно копить бонусы



Запрос на пластиковую карту для списания бонусов от участника ПЛ

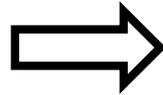


Информация в Банк о запросе. Банк выдает карту, клиент может списывать бонусы.

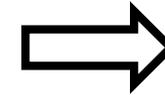
# Возможность начисления бонусов по банковским транзакциям

Начисление и списание бонусов Участниками ПЛ за оплату покупок банковскими картами.

Запрос отчета  
о безналичных оплатах



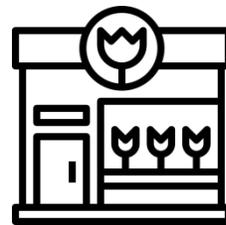
Просмотр, кто  
из них участник ПЛ



Начисление бонусов  
в зависимости от места  
покупки



Аптека –  
кэшбек **3%**



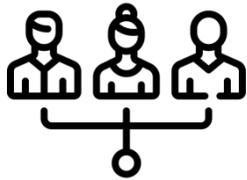
Цветочный  
магазин –  
кэшбек **10%**



Продуктовый  
магазин –  
кэшбек **5%**

# Закрытые клубы

**Закрытый клуб** – это группа Участников ПЛ, объединенных возможностью получения преференций, отличных от правил общей ПЛ.



## Права создателя закрытого клуба

1. Создавать акции для участников ЗК
2. Публиковать рекламные материалы для членов закрытого клуба в ЛК и МП
3. Управление составом клуба: рассмотрение заявок, приглашения, исключение из состава



## Права участника закрытого клуба

1. Получать исключительные преференции для членов ЗК
2. Получать информацию о специальных предложениях в ЛК и в МП
3. Принимать/отклонять предложения о вступлении в закрытый клуб, отправлять заявки на вступление в ЗК

# Что мы готовы предложить своим клиентам?



Удобный конструктор для настройки акций



Собственный программный код и возможность доработок



Бесплатные обновления



Все необходимые инструменты для персонализации маркетинга

## 400+

разнообразных механик маркетинговых акций в системе

## 15+

 интеграций с POS

## Портал клиентов:

- Механики
- Кейсы
- Интеграционные моменты



# Спасибо за внимание! Вопросы?

Мы будем рады вам помочь увеличить любовь ваших клиентов!

Пожалуйста, не стесняйтесь обращаться:



Москва, ул. Марксистская  
д.3, стр.15

[www.loymax.ru](http://www.loymax.ru)



+7(495) 212 90 88



[loymax@loymax.net](mailto:loymax@loymax.net)