ПРОЕКТ ВНЕДРЕНИЯ

(ЛОГО)

(дата)

ИСХОДНЫЕ ДАННЫЕ

1. Выручка – _____
2. Чеков в день – _____
3. К-во постоянных клиентов (есть номер тел.) – _____
4. Скидки постоянным клиентам сейчас – _____
5. …
6. …
7. …
8. …
9. …
10. …
11. …
12. …
13. …
14. …
15. …

ЦЕЛИ ВНЕДРЕНИЯ

1. Расширение клиентской базы за счет рекомендаций.
2. Увеличение повторных покупок
3. …
4. …
5. …

ЦЕЛИ В ЦИФРАХ

Оцифровка

1. Цель по скачиванию приложения – _____
2. Выдавать бонусные карты за счет естественного прихода _____ База ~ _____ кл. к (дата)
3. Автооцифровка старой базы клиентов – _____ кл.
4. Оцифровка через автопрозвон клиентов – _____ чел.

База к (дата) – _____ кл.

Привлечение/удержание

1. Привлечь через «сарафан» - _____ чел. к (дата)
2. Договориться о кросс-маркетинге с _____ партнерами к (дата)
3. Не менее 1 новости/акции в нед. С (дата)

БОНУСНАЯ ПРОГРАММА

1. Приветственные баллы - _____
2. Кэшбэк:
   Название уровня – ____%
   Название 2 – _____% (при выполнении условий _____)
   Название 3 – _____% (при выполнении условий _____)
   Название 4 – _____% (при выполнении условий _____)
   Название 5 – _____% (при выполнении условий _____)
3. Единовременные баллы за рекомендацию - _____
4. Процент от чека за рекомендацию по уровням – ___%/___%/___%
5. Процент от чека баллами – ___%
6. Баллы на ДР – _____ (примерный текст)/за ___ дн. до ДР
7. Период сгорания баллов – _____

Прогноз средней скидки при таких параметрах– _____%

МОТИВАЦИЯ/ТРЕБОВАНИЯ К ПЕРСОНАЛУ

1. Показатель 1 - _____. Ваши затраты: _____
2. Показатель 2 - _____. Ваши застраты: _____

   Итого затраты: _____

   Продавец (в среднем) заработает: _____
3. Варианты нефинансовой мотивации _____

---

1. Требование 1
2. Требование 2

БИЗНЕС-ПРОЦЕСС ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ТОЧКЕ

1. Клиент выбирает товар – на ценниках: «с UDS выгоднее»
2. …
3. …
4. Продавец предлагает систему лояльности: «…»
5. **Клиент согласен:**
    1. …
    2. …
    3. …
6. Клиент уходит.

БИЗНЕС-ПРОЦЕСС ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ТОЧКЕ

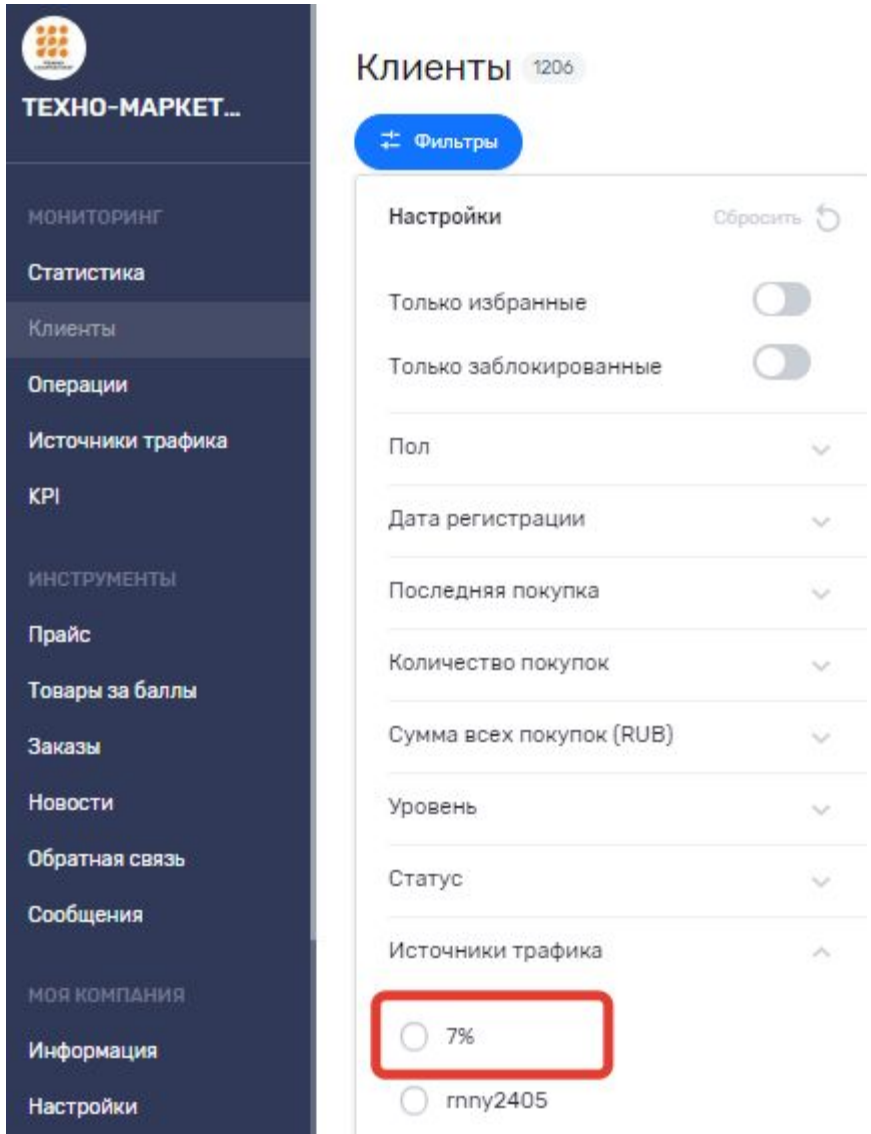
5. **Клиенту интересно, но что-то помешало (не смог; очередь):**
    1. …
    2. …
    3. …
6. Клиент уходит.

5. **Клиент не согласен:**
    1. …
    2. …
6. Клиент уходит.

Предварительно выполнить подготовку:

1. …
2. …
3. …

БИЗНЕС-ПРОЦЕСС ПРОДАЖИ



У клиента в данный момент скидка 10% - как ему быстро выдать соответствующую бонусную карту:

1. …
2. …
3. …

WOW-эффект

WOW-эффект – создание впечатления. Люди делятся впечатлениями. Это веский фактор развития рекомендаций

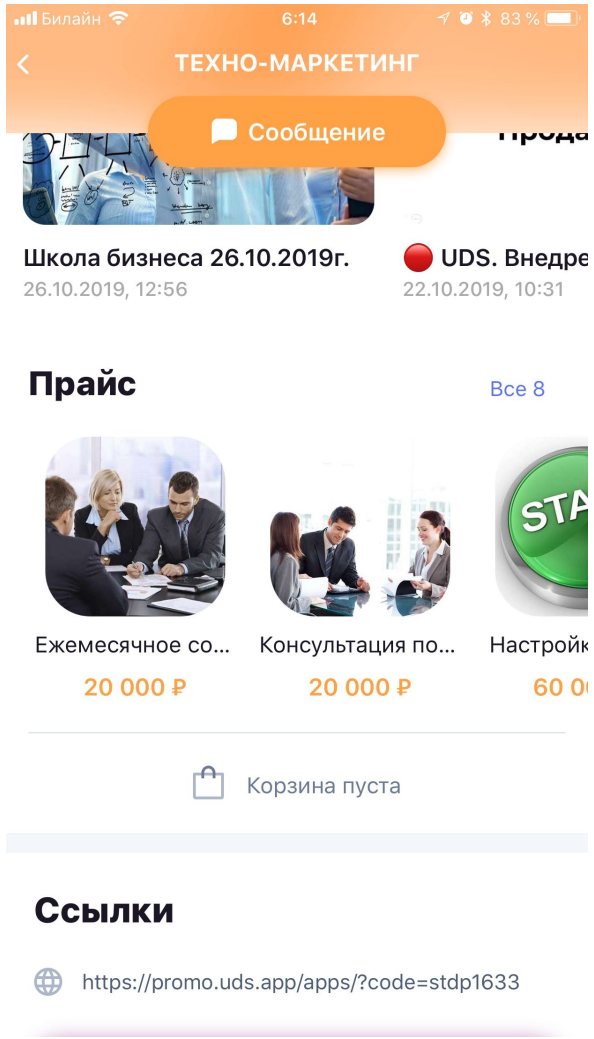
Как делать:

1. Обмен с превышением.
2. Нечто очень интересное.
3. Нечто полезное/приятное, что он не рассчитывал получить

Идеи:

1. …
2. …
3. …

РАЗДЕЛ ПРАЙС



Как использовать (вариант 1 - рекомендуемый):

1. …
2. …

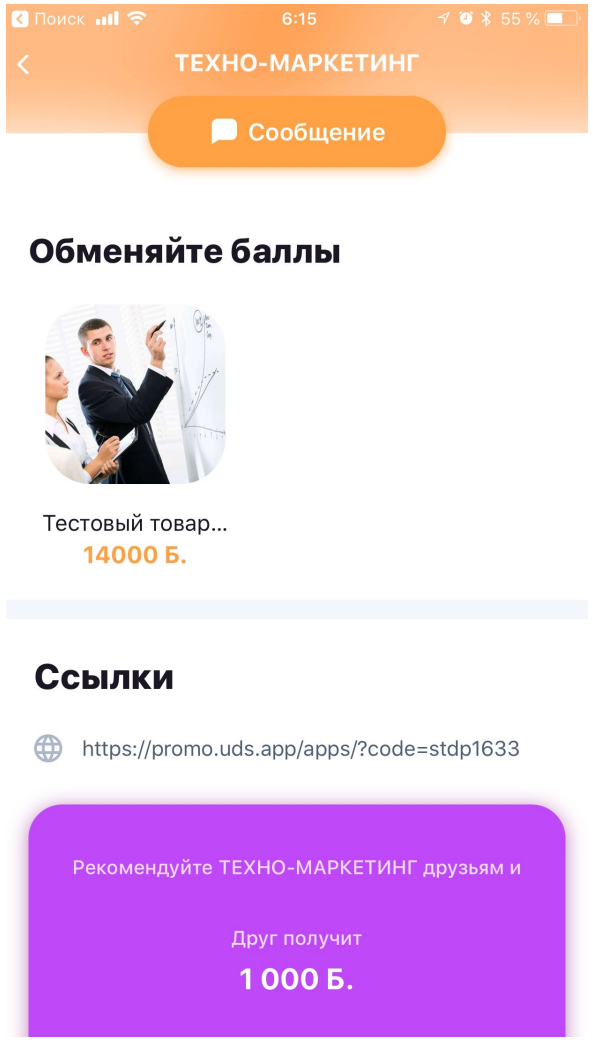
<u>Как использовать (вариант 2):</u>

1. …
2. …
3. …

<u>Бизнес-процесс использования:</u>

1. …
2. …
3. …

РАЗДЕЛ ТОВАРЫ ЗА БАЛЛЫ



Как использовать:

1. …
2. …
3. …

Бизнес-процесс:

1. …
2. …
3. …

ПОЛИГРАФИЯ

Цели:

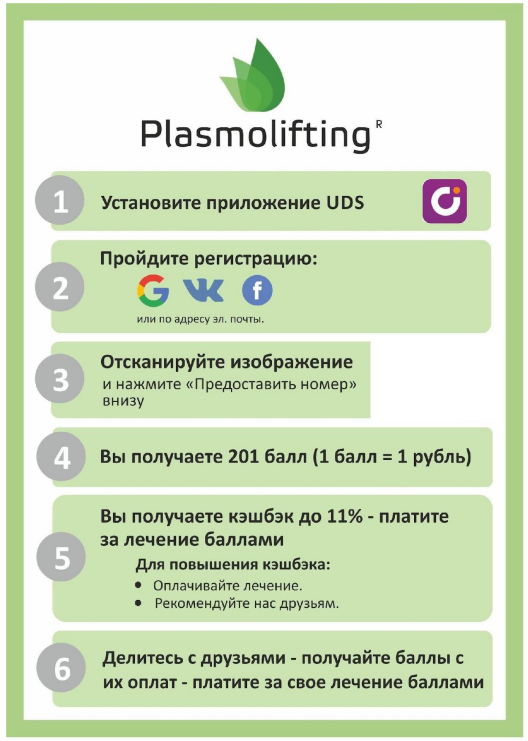
1. Мотивация на оцифровку
2. Мотивация на рекомендации

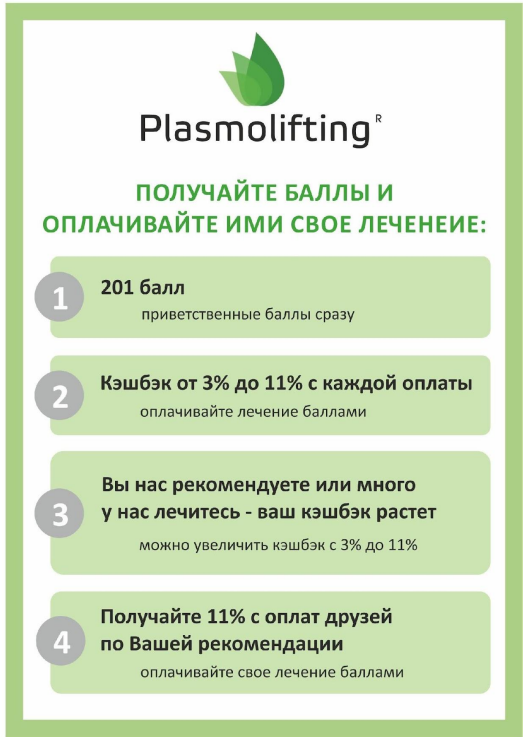
Номенклатура:

1. …
2. …
3. …

ПОЛИГРАФИЯ

Флаер и тейбл-тент по содержанию могут совпадать





РЕКОМЕНДАЦИИ ПО КРОСС-МАРКЕТИНГУ

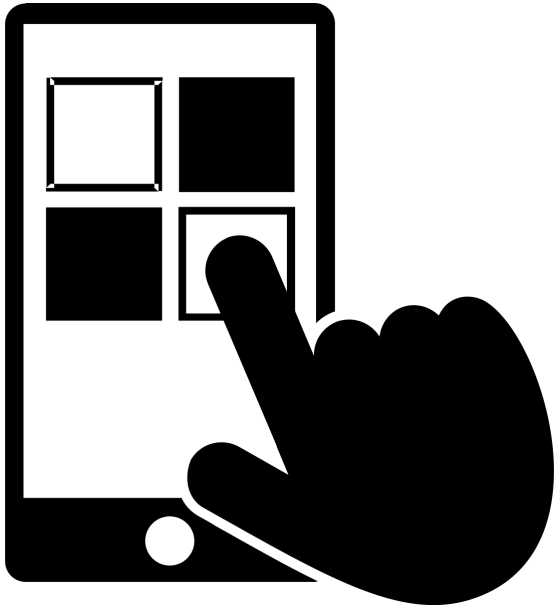
Факторы успеха

1. ...
2. ...
3. ...

Мотивация Вашего продавца / зеркально у партнера

1. ...
2. ...

АВТООЦИФРОВКА ИМЕЮЩЕЙСЯ БАЗЫ



1. В базе _____чел. … – автоматически оцифровали базу ~ _____ кл.
2. …

ОЦИФРОВКА ИМЕЮЩЕЙСЯ БАЗЫ

1. При оцифровке **дать веский мотив** скачать приложение – …

2. **Вотцап/вайбер/смс сообщение:**

   …

   …

ПЛАН РАБОТ

1. ...
2. ...
3. ...
4. ...
5. ...
6. ...
7. ...
8. **Запуск**
9. **...**

UDS запущен в вашем бизнесе

10. ...
11. ...
12. ...
13. ...