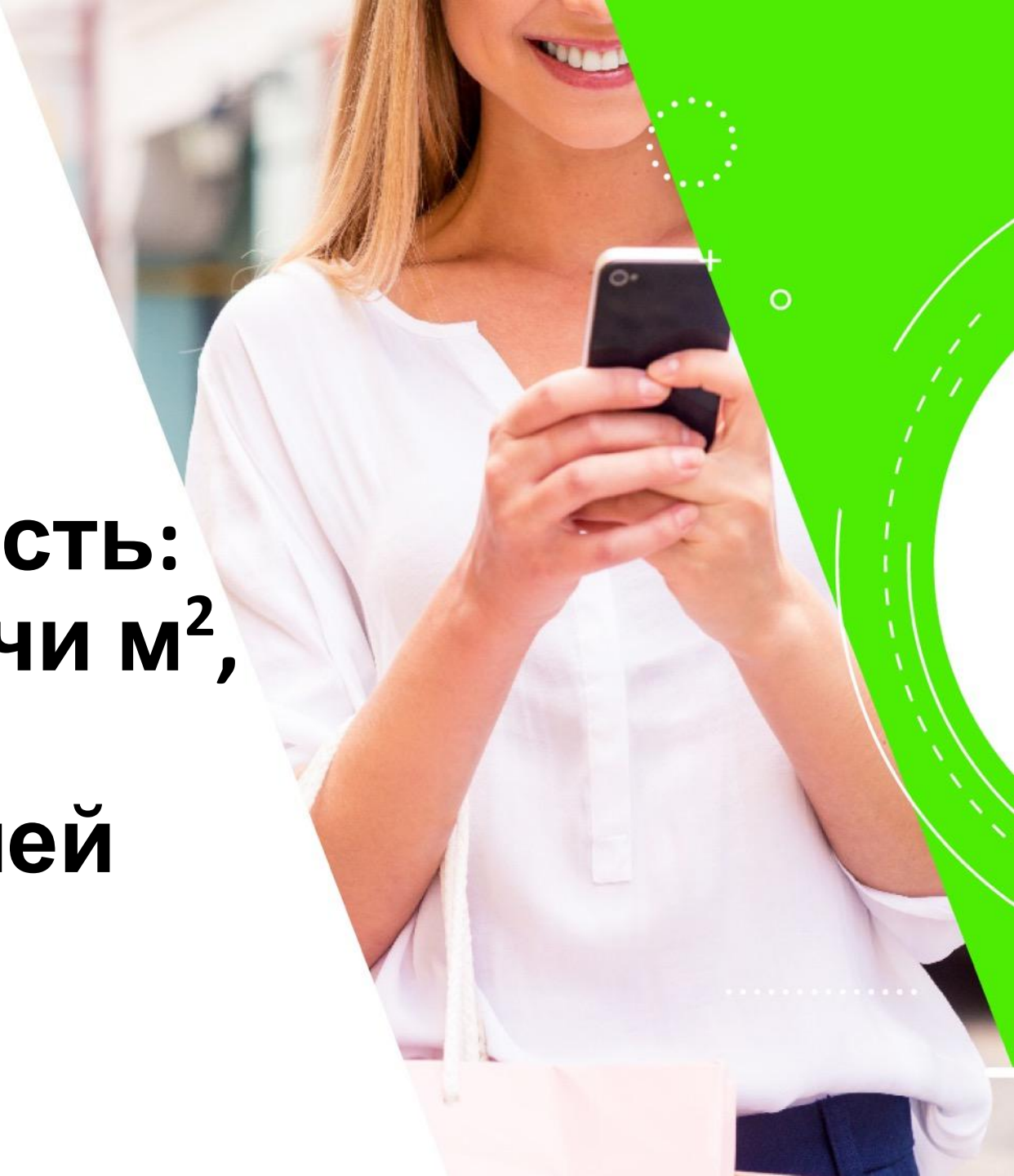




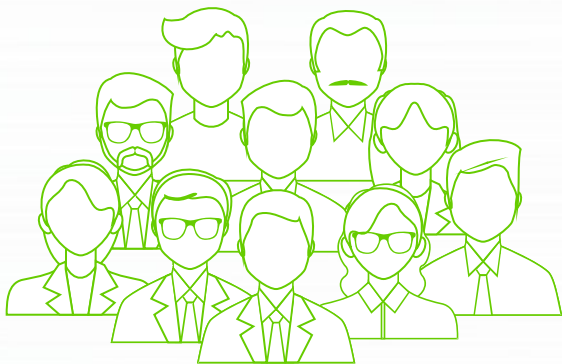
4 схемы работы с посетителями ТРК

От CRM до программы лояльности

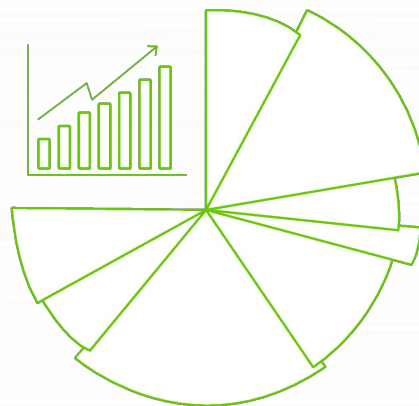
**Гигантская возможность:
ТРК – не только тысячи м²,
но и сотни тысяч/
миллионы посетителей**



Простые принципы работы с клиентами



Знание реальной клиентской базы



Анализ потребительского поведения

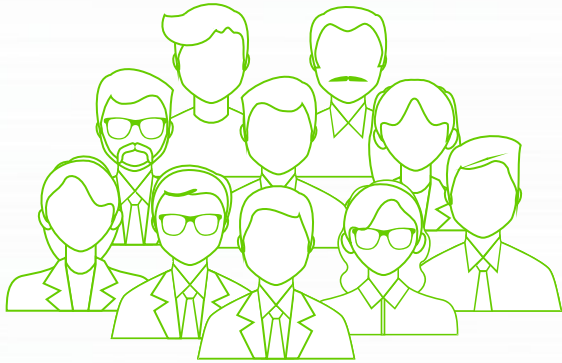
на основе точных данных



Изменение потребительского поведения

с помощью маркетинговых инструментов

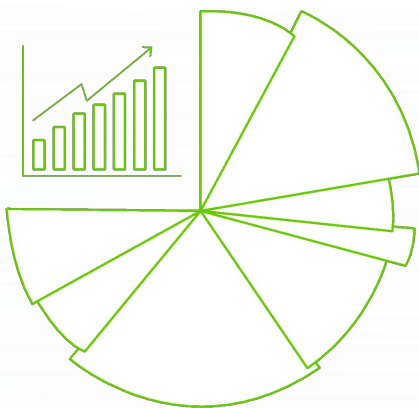
Клиенты готовы делиться данными о себе (для вашей CRM-системы)



Знание реальной
клиентской базы

- Контактная информация
- Соцдем и Интересы
- Экаунты в соцмедиа
- Автомобили
- Спорт
- mac-адреса
- «Идентификаторы лиц»
- ...

Какое поведение можно анализировать



Анализ потребительского поведения

на основе точных данных

- Покупки – факт и состав
- Все остальное

Как можно было бы использовать знания



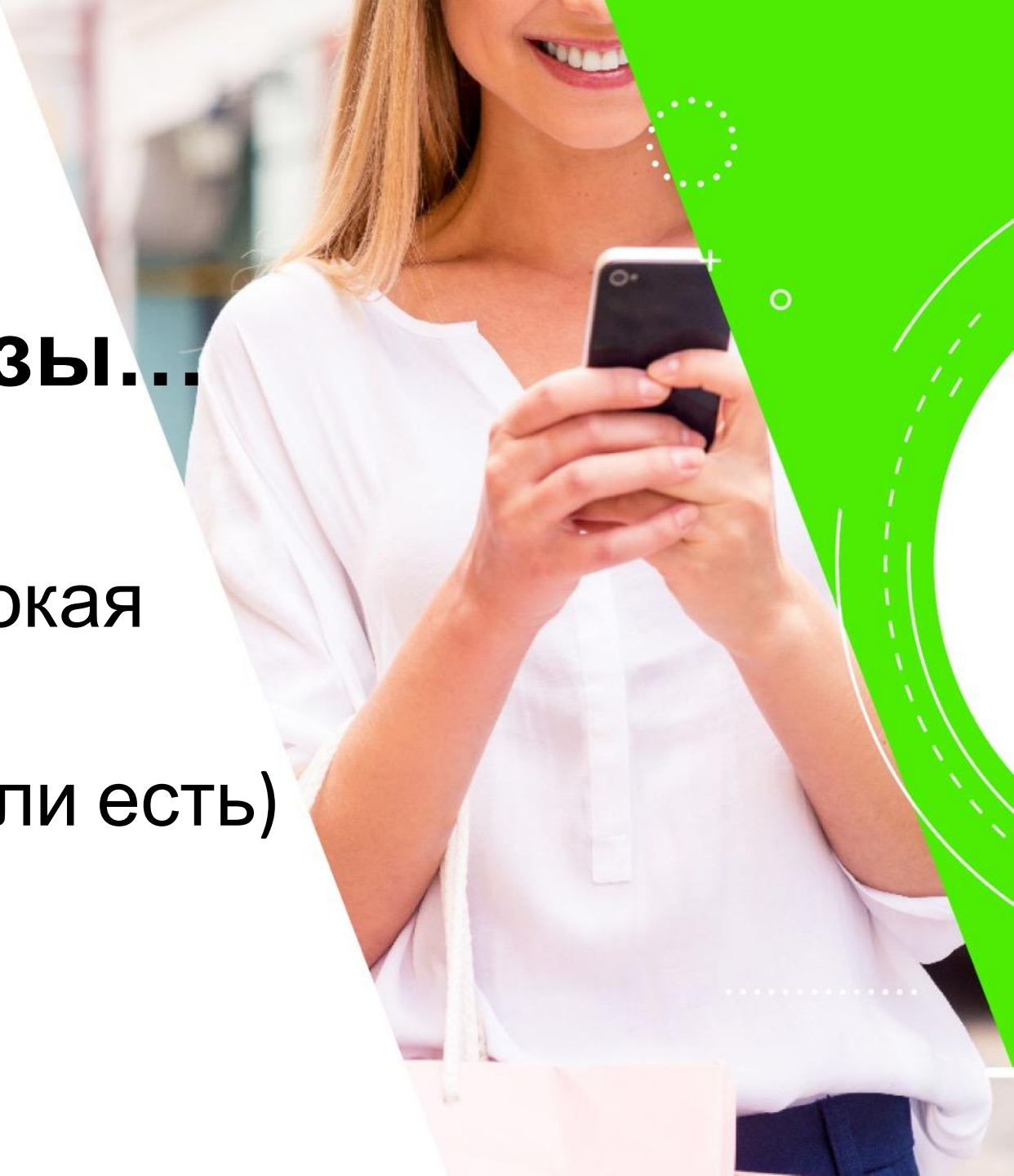
Изменение
потребительского поведения

с помощью маркетинговых
инструментов

- Управление трафиком
- Совместные акции
- Привлечение вне пиков
- Аргументированные переговоры
- ...

Но сегодня мы с вами видим, что собираемость базы...

- По контактам – не оч высокая
- По поведению – низкая
- По покупкам – совсем (если есть)



Как собрать покупки? Материальная мотивация, Программа лояльности.



1. Стенд и промоутеры
2. Клиент – в моб. приложении
3. Партнер – банк, плат. система
4. Автоматически от арендаторов

4 способа для ТРК по автоматизированному сбору покупок и, возможно, состава

1. Soft terminal или app для продавца
2. Данные из ОФД или ФНС
3. Интеграция с POS ПО арендатора
4. «Plug-n-Play» интеграция с кассами

с помощью доп.оборудования.

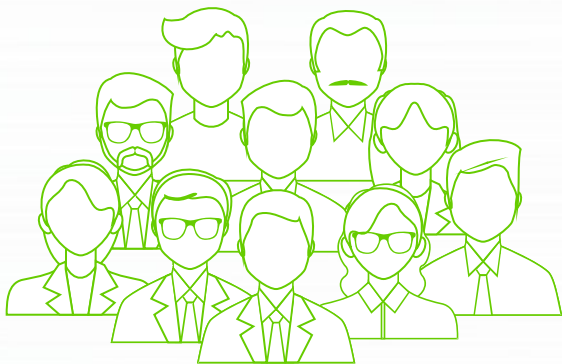


Как же работать с клиентами

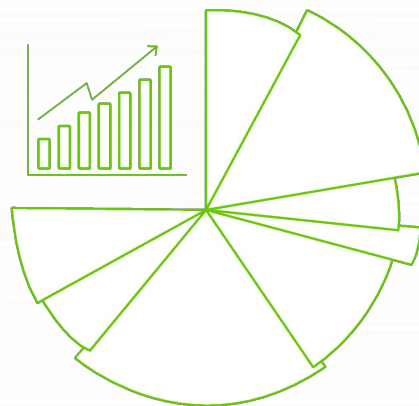


1. «Ничего не делать»
2. Минимальный CRM – e-mail, телефон (Viber), бот
3. Нормальный CRM – интересы, соцдем, WiFi, обр.связ
4. Программа Лояльности ТЦ со сбором покупок

Простые принципы работы с клиентами



Знание реальной клиентской базы



Анализ потребительского поведения

на основе точных данных



Изменение потребительского поведения

с помощью маркетинговых инструментов

MANZANA

GROUP

Юрий Вронский

+7 903 960-7911

yv@manzanagroup.ru

8 (800) 775 0111

www.manzanagroup.ru

