

**Бонусные программы для
интернет магазинов.**

Для чего нужны программы лояльности.

- Удержание существующих клиентов, достигаемое гибкой системой поощрений.
- Увеличение объемов потребления товаров/услуг постоянными, удовлетворенными клиентами.
- Привлечение новых клиентов за счет рекомендаций лояльных клиентов.

Преимущества бонусных программ.

- Избирательность - адресные предложения.
- Экономия.
- Игровой элемент, формирование привязанности.

Коалиционные и индивидуальные программы.

Плюсы - снижение затрат, простота построения программы.

- Минусы - потеря фокуса.

Примеры коалиционных программ:

- **mnogo.ru**
- **malina.ru**
- **intellectMoney**

Когда следует использовать программы лояльности.

- Высокая конкуренция на рынке примерно одинаковых товаров/услуг.
- Когда нет ощутимых недостатков в работе компании.
- Когда есть повторное обращение покупателей в компанию.

Эффективность программы

Перед запуском программы:

- Ставьте конкретную, измеримую цель внедрения программы.
- Не рассчитывайте на мгновенный эффект.

Оценка эффективности:

- Измерения – средний чек, активность.
- Обратная связь – опросы.

Особенности интернет магазинов.

- Изначально высокая степень автоматизации.
- Аутентификация клиента -нет проблем с картами, поддержкой истории покупок и т.д.
- Простота в налаживании системы оповещения клиентов о начисленных бонусах – обратная связь.

Примеры.

Действующие интернет магазины:

- <http://http://www.ulmart.ru>
- <http://www.sportmaster.ru>
- <http://www.shoes.ru>

Вывод баллов

Коалиционные программы

- Фиксированный набор
 - Затраты
-
- Личная программа
 - Ресурсы
 - Креатив

Клуб участников ПЛ

- Раздел на сайте/домен
- Средство продвижения
- Правила ПЛ, форум
- Поддержка участников ПЛ
- Адресные предложения

Просто несколько цифр.

- По числу участников: в США 1.8 млрд. участников ПЛ.

Средняя семья состоит в 14.1 ПЛ, активна в 6.2.

- По индустриям: фин. услуги, авиаперевозки, торговля.
- По странам: США, Канада, Великобритания.
- По затратам: поддержка ПЛ - 2 млрд./год.

Выводы.

- Удержание покупателей – важно
 - Коалиционные программы
 - Скидки, купоны
 - Бонусные программы
- Рынок средств организации ПЛ развивается
- Удешевление – аренда (SaaS)