



# Роль бренда в коалиционных программах лояльности на примере ребрендинга [mного.ru](http://mного.ru)

Николай Облапохин  
Творческий директор  
Depot WPF Brand&Identity

# Ассоциация брендинговых компаний России

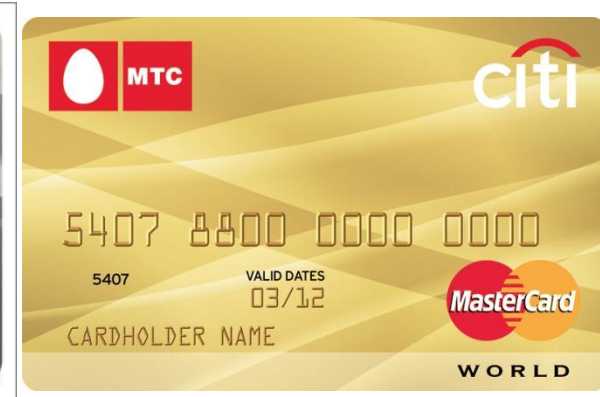
Ведущая общественная организация, представляющая интересы брендинговых агентств России. Основана в 2009 году.

## Цели и задачи Ассоциации:

- консолидация членов Ассоциации в целях идентификация отрасли, заявления ее интересов, а также выработки направлений решения текущих и перспективных задач;
- разработка и внедрение в повседневную практику стандартов профессиональной деятельности в сфере разработки брендов;
- содействие российскому бизнесу в выборе компаний оказывающих профессиональные услуги в области разработки брендов;
- пропаганда и популяризация роли брендинга, как важнейшего инструмента в развитии рыночных отношений и увеличении конкурентоспособности российских компаний и российского бизнеса;
- повышение репутации бренда страны через повышение репутаций отдельных брендов.

## Преимущества Ассоциации:

- Цивилизованные общепринятые стандарты деятельности
- Усиление роли брендинговых услуг
- Повышение конкурентоспособности членов Ассоциации
- Повышение роли брендинга среди компаний – Клиентов
- Облегчение российскому бизнесу выбора агентства – партнера
- Популяризация брендинга как инструмента, повышающего эффективность бизнеса
- Создание стандартов качества
- Получение нового опыта и знаний
- Обратная связь, обмен опытом



- **Преимущества программ лояльности** : Зарубежные исследования показывают, что ПЛ приводят к уменьшению текучести потребителей на 30%, увеличению оборота на 10%, а удержание 5% от общего количества покупателей позволяет увеличить прибыль от них с 25% до 85%.
- **Факторы развития программ лояльности**: рост конкуренции за потребителя, рост доходов, стабильная экономическая ситуация, растущий спрос на впечатления
- **Барьеры развития**: отсутствие четкой законодательной базы (налоги и скидки), отсутствие достаточного опыта в создании (организаторы) и использовании программ лояльности (участники и потребители)

# Программы лояльности в России

- В России на сегодняшний день существует несколько основных моделей поощрения участников:
- Первый вариант следует принципу «кэш-бэк», Процент потраченных денег возвращается на бонусный счет участника.
- Вторая модель – «призовая»: в обмен на накопленные баллы участник может выбирать подарки
- Модель, в которой баллы «зачитываются» при приобретении услуг потребителем

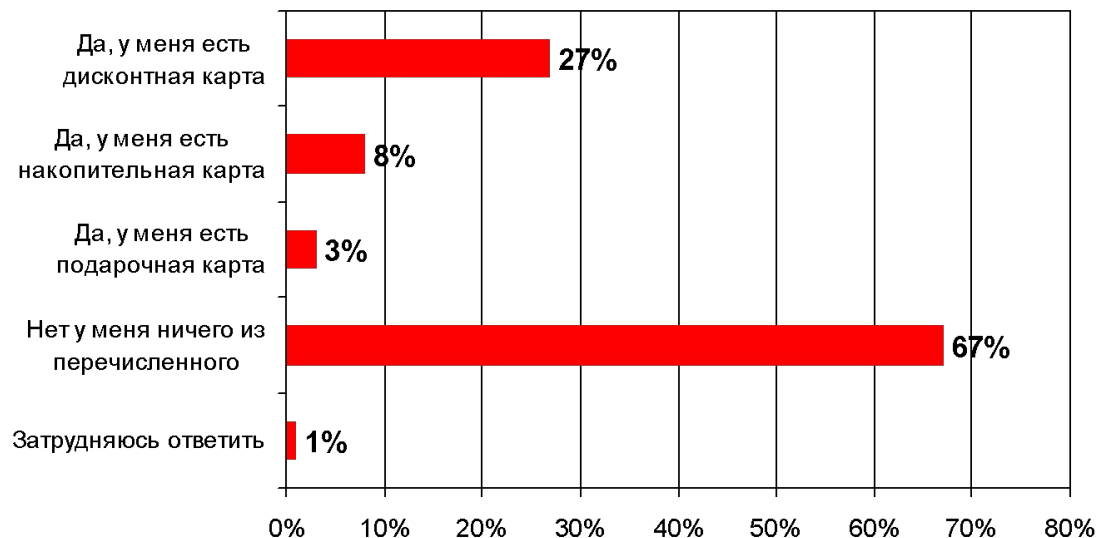
## Игроки рынка, использующие программы лояльности



- Наиболее развиты программы лояльности в сегменте продуктового ритейла. Около 50% игроков имеют собственные или входят в коалиционные программы
- Активно развивают программы банки, авиакомпании, другие сервисные компании

ROMIR Monitoring, 2009, % предприятий

## Пользование различными типами карт



- Большая часть населения России не имеет каких либо карт лояльности. Это преимущественно жители сельской местности (77%), мужчины (69%), респонденты старшего возраста (81%), с низким (72%) и средним (71%) уровнем дохода и начальным, неполным средним образованием (87%).
- Четверть опрошенных (27%) имеют дисконтную карту. Из них три четверти – это люди до 35 лет, как правило, с высоким уровнем дохода (44%) и высшим образованием (42%). В городах-миллионниках скидочными картами владеет практически каждый второй, в то время как в сельской местности – лишь каждый шестой.

ROMIR Monitoring

## Коалиционные программы лояльности в мире:

- Программа Air Miles охватывает 2/3 населения Канады
- Программа Nectar – это более 60 ритейлеров в Великобритании
- Потенциальная аудитория Nectar – это 5 млн. потребителей при оплате счетов на электроэнергию EDF Energy
- Немецкая программа Payback – это более 7 млн активных членов
- Программа SmartClub в Китае – 18 городов, более 100 млн пользователей общественного транспорта



будущее в коммуникациях программ  
лояльности в России:

**ПРОБЛЕМА ВОВЛЕЧЕНИЯ**

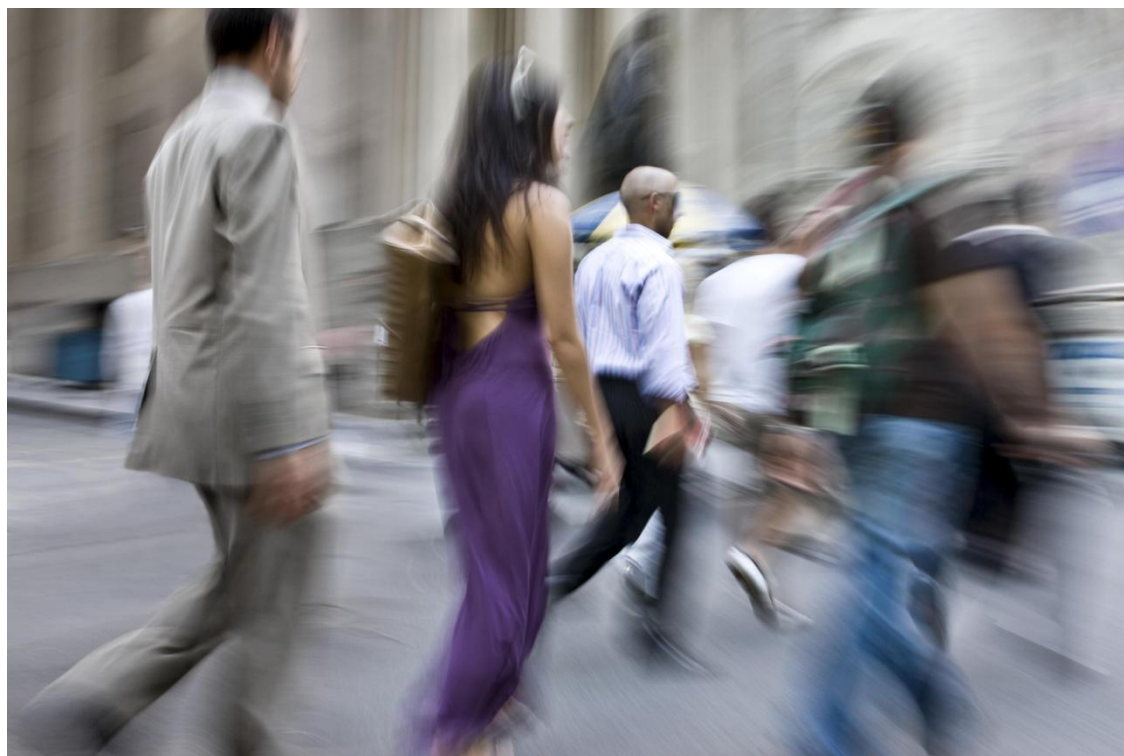
## Задачи **брендинга** в программах лояльности:

- Создать такие идентификационные символы, которые подтверждали и олицетворяли **ценности**, которые заложены в сути бренда
- Отобразить современные **тренды** в потреблении

« В **XX** веке каждый человек был **покупателем**..

...В **XXI** веке каждый покупатель  
является **человеком**»

Олег Бериев, президент АБКР



# Человек хочет не просто совершать покупки, а получать при этом **«ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ вознаграждение»** присоединяться к определенной модели жизни





**Дата запуска:** октябрь 2000 года

**Стартовый регион:** Москва

**Организатор:** Lavtech

**Механика программы:** коалиционная программа лояльности

**Партнеры:** объединяет около 150 компаний с более чем 800 торговых точек.

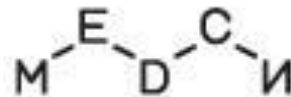
Наиболее авторитетные бренды: Союз, Доктор столетов, Softkey.ru, Золотая вобла, Банк Москвы, OZON

**Слоган:** Получайте бонусы!

**Коммуникации:** Интернет, пресса, POS-материалы на местах продажи партнеров, полиграфическая продукция для участников клуба и проведение кросс-промоушн-акций с нашими партнерами

**Обратная связь с участниками:** электронные сообщения, информация в личном кабинете на сайте, колл-центр Клуба, он-лайн связь на сайте, форумы, SMS-сообщения для абонентов МТС

**География:** преимущественно Москва и область (около 70%)





льная программа для всей семьи. Живите лучше. - Windows Internet Explorer

index.html

Сервис Справка

опительная программа для вс...

клуб MNOgo.RU о клубе | Санкт-Петербург | новости | партнерам | акции | помощь Звоните: (495) 961-11-66

1 ЗАКАЗАТЬ КАРТУ Бесплатно

2 ПОЛУЧИТЬ БОНУСЫ Партнеры Клуба

3 ПОЛУЧИТЬ ПРИЗЫ Каталог призов

**М**  
Банк Москвы  
НОВЫЙ ПАРТНЕР КЛУБА  
ДАРИТ ВАМ БОНУСЫ

Персональный вход

Номер карты: 10081709  
Пароль:   
[Получить пароль](#) [Вход](#)  
[Зарегистрироваться](#)

Мой Клуб

- Конкурс "Веселый анекдот" - получите 300 бонусов от "Золотой Волевы"
- Конкурс "То, что надо летом" - получите 20 бонусов, выиграйте ганак
- Конкурс "Толундра! Пираты!" - получите 100 бонусов от Softkey.ru
- Партнеры Клуба на интерактивной карте метро
- Конкурс "Пляжные идеи" - получите 50 бонусов, выиграете полотенца
- Перейдите на Вашу персональную страницу - Вам доступны новые личные привилегии

Новости клуба

- ОАО "Банк Москвы" - новый партнер Клуба MNOgo.ru!

ЛЕТНИЕ БОНУСЫ

Накапливайте на желанные призы

Акции и специальные предложения

- +100 бонусов дополнительно к любой покупке
- 20 бонусов и призы КОНКУРС
- УЛЕТАЕМ ОТАМХАТЬ

Принимайте участие в Акциях Клуба и выигрывайте подарки! Воспользуйтесь спецпредложениями и получите дополнительные бонусы! Всегда смотрите персональную страницу - так вы будете в курсе всех личных возможностей скорейшего получения призов!

Приз недели

Решетка-мангал "Гриль-Колбайн" +150 Бонусов

Партнеры клуба

- МТС
- Банк Москвы
- СОЮЗ
- ПИЛЗНЕР чешская пивная
- PARTER.RU 258 0000
- IVAGIO
- Softkey

Приз месяца

Посуда СВЧ Simax +300 бонусов

3 Проводник 2 Microsoft Office... 4 Internet Explorer 5 Входящие - Micros... [116-256-522] - C





# Маркетинговые и коммуникационные цели и задачи компании mпого.ru:

## Маркетинговые цели

**Стратегическая:** рост прибыли за счет подключения новых крупных партнеров (в том числе супермаркеты, АЗС, хозяйственные товары)

### Тактические

- Удержание партнеров и укрепление связи с ними
- Создание образа **успешной коалиции** успешных партнеров
- Удержание клиентов и укрепление взаимоотношений с ними
- Географическая экспансия

## Коммуникационные цели и задачи

**Стратегическая:** повышение капитализации бренда

### Тактические:

- Формирование доверия к организации и марке «Много.ру»
- Повышение известности марки по мере выхода в новые регионы
- Разъяснение населению сути накопительных бонусных программ
- Укрепление ассоциативной связи накопительная бонусная система – Клуб Много.ру

**Содержание первого этапа работ:**

# Конкуренты, среда, потребительские тренды

# Конкуренты: анализ существующих программ лояльности

- Малина
- Золотая середина
- Бонус F1
- Копилка
- Русский бонус
- Зенит
- Связной клуб

# Опыт мировых коалиционных программ лояльности:

- [Nectar](#)
- [Air Miles](#)
- [Gold Points](#)
- [Payback](#)
- [Smart Club](#)



**малина™**  
Накопительная программа для всей семьи





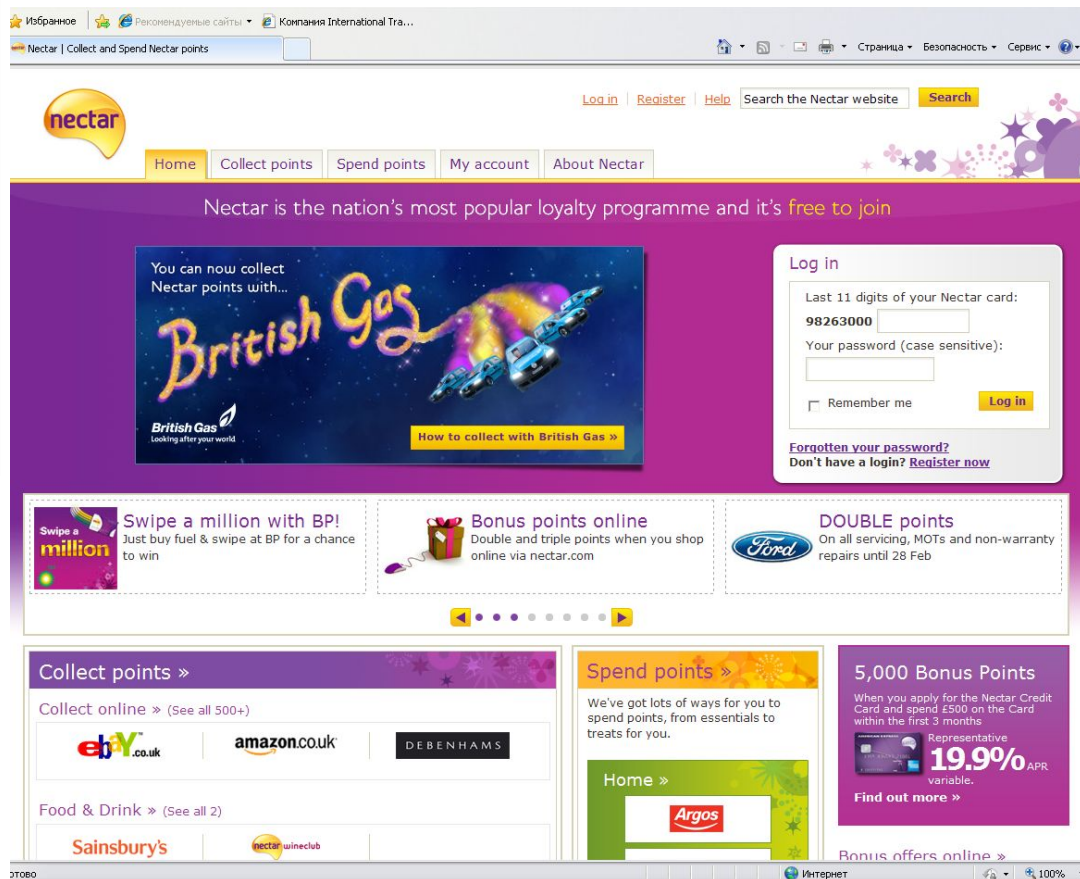
# Возможности растут!

## Новая накопительная программа МАЛИНА™



# Контекст: программы лояльности в мире





# Контекст: программы лояльности в мире



# Контекст: программы лояльности в мире



Избранное | Рекомендуемые сайты | Компания International Tra...  
Gutscheine, Coupons & Aktionen im PAYBACK Bonusp...

**PAYBACK** | Suchen | Punktekonto | Nachrichten | Warenkorb (0) | Merkzettel | Hilfe | Login

**INFORMIEREN & ANMELDEN** | **ONLINE PUNKTEN** | **VOR ORT PUNKTEN** | **PUNKTE EINLÖSEN**

Sie sind hier: Startseite > Informieren und Anmelden

**KLEINE ERHALTEN DIE FREUNDSCHAFT. DIE SCHENKT IHNEN NOCH MEHR PUNKTE.** **250 EXTRA-PUNKTE**  
[MEHR INFOS](#)

**WILLKOMMEN BEI PAYBACK**  
 Punkten Sie in über 350 Shops, sparen Sie zusätzlich mit Gutscheinen und Coupons und sichern Sie sich tolle Prämien.

**DEPOT** | **direct line**  
**Europcar** | **TechnoMarkt**  
[Alle Partner](#)

**ONLINE PUNKTEN**  
 Über 350 Online Shops, Reisen, Versicherungen...  
[Jetzt zur Übersicht](#)

**VOR ORT PUNKTEN**  
 z. B. mit eCoupons bei Partnern in Ihrer Nähe  
[Jetzt zur Übersicht](#)

**PUNKTE EINLÖSEN**  
 Hochwertige Prämien von WMF, reisenthel...  
[Jetzt zur Übersicht](#)

**COUPON-CODE EINLÖSEN**  
 Extra-Punkte für Ihren Online Einkauf  
[Jetzt zur Aktivierung](#)

**eCOUPONS**

- GALERIA** 5fach Punkte auf Drogerieartikel! [Zum Coupon](#)
- real** 400 Extra-Punkte auf Pampers-Baby-Dry! [Zum Coupon](#)
- SUNNERS POINT** 5fach Punkte auf Ihren gesamten Einkauf! [Zum Coupon](#)

[Zu meinen eCoupons](#)

**ONLINE SHOPPING**

- amazon.de** Schnäppchen finden & punkten!
- ebay** Angebote sichern & 1 \*P pro 2 €!
- mydays** Doppelte Punkte bis 13.02.
- CONRAD** Doppelt punkten bis 13.02.!
- REWE** Doppelt punkten bis 28.02.

[Alle Online-Shops](#)

**WAS PAYBACK KUNDEN SUCHEN**

Готово | Интернет

# Референсы: тренды и визуальная стилистика



# Типы потребителей программ лояльности

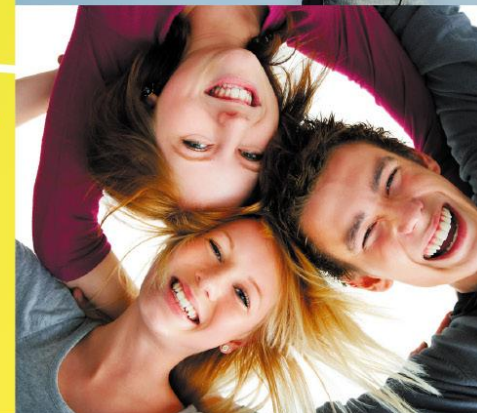
- **Эмоциональные потребители** — самые лояльные. Они довольны своим выбором и редко пересматривают свои решения. Им нравится продукт/услуга, но для них важны и эмоциональные факторы. Они тратят больше денег и реже переходят к конкурентам.
- **Инертные потребители** редко пересматривают свои предпочтения, их бездействие вызвано тем, что им сложно менять продукт/услугу. Предпочитают не изменять объем своих расходов. Важно предотвращать их уход к конкурентам в случае нестандартных ситуаций — плохого обслуживания, неудовлетворяющего вознаграждения
- **Разборчивые потребители** — их расходы держатся на одном уровне или уменьшаются. Составляют самую большую группу. Они хорошо реагируют на разного рода программы повышения лояльности — отдача от таких потребителей в два раза выше, чем от «эмоциональных» и «инертных».

Анализ McKinsey. Источник: журнал «Вестник Анализ  
McKinsey. Источник: журнал «Вестник McKinsey»

# Позиционирование бренда: «Увлекательная игра»



— Мои жизненные приоритеты:



# Рациональные преимущества бренда:

- Легкий поиск партнеров для накопления баллов
- Налаженная обратная связь
- Возможность широкого выбора
- Выгода



**MHOZO ru**













# Сайт – главный инструмент коммуникации

Клуб Много.ру - накопительная программа для вс...

(495) 961-11-66  
накопительная программа  
для всей семьи

**МНОГО.ru**

**ПОЛУЧИТЬ КАРТУ**  
3 минуты

**СОБИРАТЬ БОНУСЫ**  
87 компаний

**ВЫБИРАТЬ ПРИЗЫ**  
1000 ярких идей

540 бонусов за 3 шага

Мой клуб

о клубе    помощь    хорошие новости    Tut-Ane-Tam    акции    стать партнером

Войдите, указав  
Номер карты:   
Дата рождения:      
 Чужой компьютер    [Войти](#)  
Вход по паролю    [Забыли пароль?](#)

Мои привилегии <sup>new</sup>  
Мой бонусный счет  
Мой День Рождения  
Ваш весенний гардероб

Раздел Многокупон

Сервис Бонусы Tut-Ane-Tam

ЯндексБар Много.ру

Поиск товаров Tut-Ane-Tam  
например, варежки   

Успешные акции

Бонусы и 14% скидки на все идеи раздела ко дню всех влюбленных  
Бонусы и большие скидки в салонах красоты всем девушкам  
Бонусы приносят тренды моды

## Приятное любимым бонусы влюбленным

*St. Valentine's night*

НЕЖНЫЕ ПРИЗНАНИЯ БЕЗ СЛОВ

ЧТО ОДЕТЬ ВЛЮБЛЕННЫМ ДЛЯ ЛЮБИМЫХ

ГИПЕРМАРКЕТ ОЧАРОВАТЕЛЬНЫХ ПОДАРОКОВ

14% Скидка всем влюбленным

Компании - партнеры Клуба

Успешные акции

Эти призы станут Вашими

7600 бонусов

Этот тостер - ваш приз

<http://www.mnogo.ru/>



**МНОГО** ru



# Новый бренд в контексте мировых трендов



**МНОГО** ru



**малина**™  
Накопительная программа для всей семьи



# МНОГО ru

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**

