

Что общего у самых успешных программ лояльности со средним чеком 200-500 р.?

Для анализа из числа своих клиентов мы выбрали тех, которые подходят под следующие условия:

- средний чек покупателя от 200 до 500 руб.
- программа лояльности работает не менее 6 мес.
- с картой лояльности совершается не менее 1 покупки в мес.

Надеюсь, вы согласитесь, что если программа лояльности нравится, покупателям, они пользуются ей чаще. Поэтому мы выяснили какие параметры у тех программ лояльности, которыми покупатели пользуются чаще других.

3 правила успешной программы лояльности

1. Будьте щедры. Быстрее накапливают баллы - чаще тратят.

Самые продуктивные программы лояльности (доля активных покупателей более 96,5%) позволяют пользователям получать от 3 до 5% от суммы покупки в виде бонусов. Программы лояльности с меньшим %% накопления показывают меньшую вовлеченность покупателей, т.к. медленный темп накопления снижает мотивацию к покупкам. Более высокий % может нанести ущерб прибыльности бизнеса.

Важно и то, какую часть покупки можно оплатить бонусами. Программы лояльности, где бонусами можно оплатить более 50% покупки (вплоть до 100%) вызывают больший отклик покупателей.

2. Не бойтесь ставить ограничения.

Чтобы предложить покупателям привлекательный курс накопления бонусов и при этом не потерять в прибыли, используйте ограничения по начислению и использованию бонусов:

- *Минимальная сумма покупки:* 7 из 10 бизнесов начисляют бонусы только при сумме покупки от 100 руб и выше.
- *Запрет на начисление и списание бонусов* в одной покупке: 3 из 5 успешных программ лояльности позволяют за одну покупку либо потратить бонусы, либо начислить. Это приводит к повышению частоты покупок.

- *Срок сгорания:* топ-5 программ лояльности с самым высоким % вовлечения покупателей имеют ограничение по сроку действия баллов всего 30 дней.

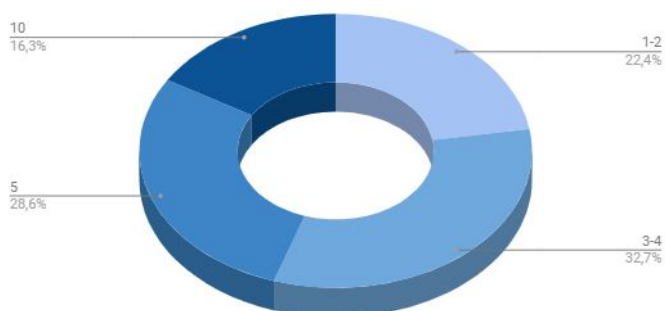
3. Будьте проще.

Все без исключения успешные программы лояльности предлагают понятный покупателю курс использования баллов: 1 балл = 1 рубль. Если покупатель может рассчитать свою выгоду без калькулятора, значит, ему легко прикинуть какую сумму он готов потратить у вас сегодня.

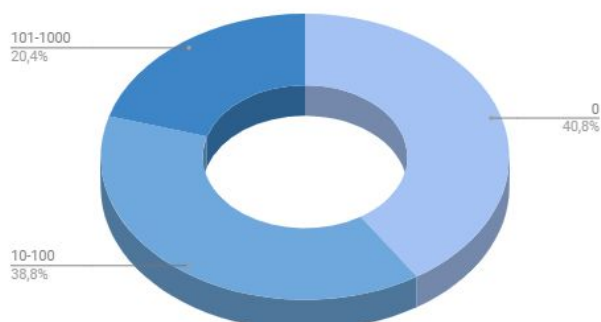
А что с остальными?

Вот как выглядит полная картина:

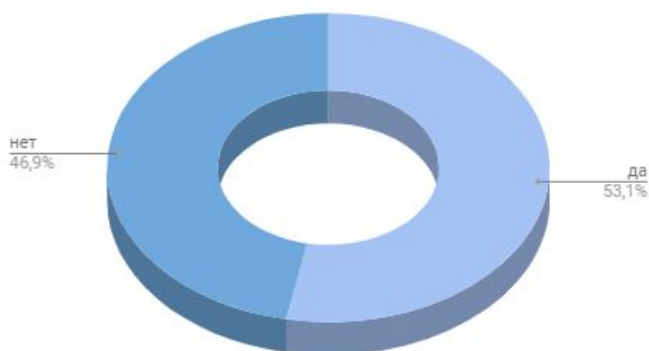
Курс начисления баллов: чаще всего бизнес предлагает покупателю получить 5% от покупки



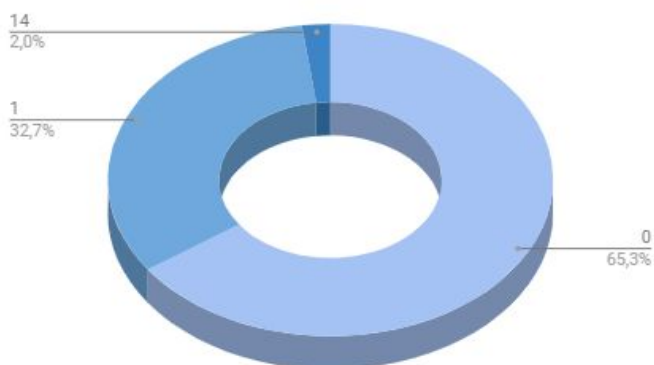
Минимальная сумма покупки: 2 из 5 бизнесов начисляют бонусы без ограничений по сумме. Еще 2 из 5 устанавливают ограничение от 10 до 100 рублей. Бизнесы со средним чеком более 500 рублей часто назначают ограничение более 100 рублей.



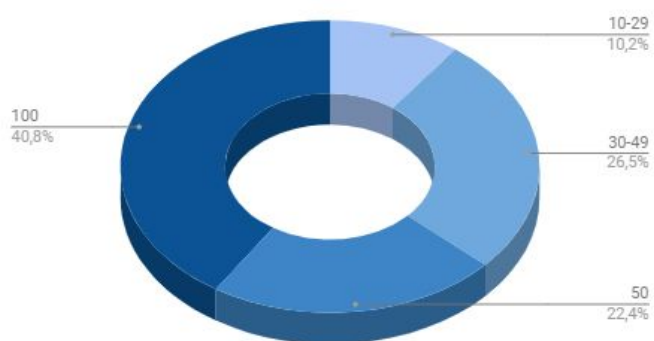
Запрет на начисление и списание баллов в одной покупке: чаще да, чем нет.



Срок активации баллов в днях: чаще всего бизнес позволяет покупателям сразу использовать полученные баллы. Примерно треть предпринимателей мотивируют покупателей вернуться через день. Срок активации в 2 недели - редкий случай.



Курс списания: какую часть покупки можно оплатить бонусами. почти две трети предпринимателей принимают бонусы для оплаты 50% покупки и более.



Срок сгорания: предприниматели предпочитают поторапливать покупателя к следующему визиту. Подавляющее большинство программ лояльности настроено на сгорание бонусов через 30 дней от начисления.

