

«Программа лояльности семьи
магазинов «Магнит»:
кроссформатный опыт».



**НЕДЕЛЯ
РИТЕЙЛА 2021**



Всего 2 года назад

- ⌘ Нет программы лояльности, нет персональных данных, нет клиентской аналитики, нет CRM системы
- ⌘ Нет таргетированных каналов коммуникации (нет sms, mail, персональных Push-уведомлений, личного кабинета на сайте и в мобильном приложении), при этом эффективность массовых коммуникаций падает
- ⌘ Необходимо развивать клиентский сервис и новые направления бизнеса (новые методы оплаты, scan&go, e-com – требуется идентификация покупателя)

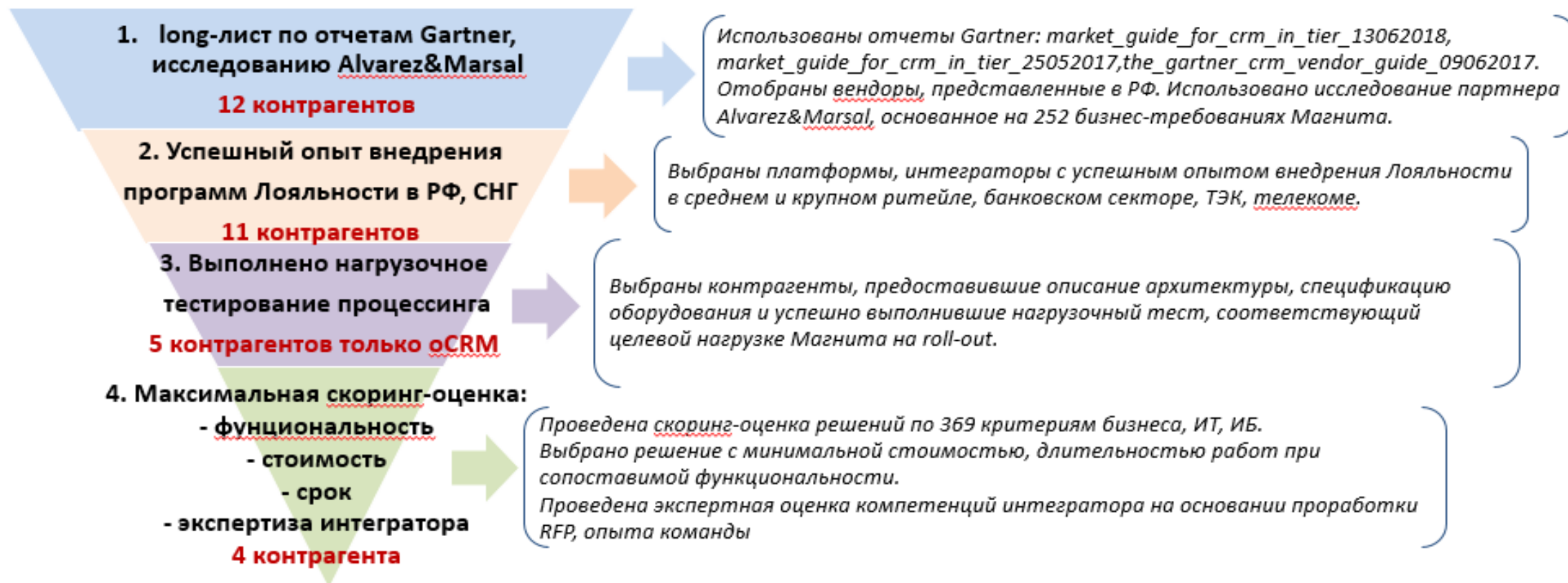
Вызовы, которые перед нами стояли:

- Очень быстро накопить клиентскую аналитику, построить функцию с нуля
- Ролл-аут программы лояльности одновременно с пилотом
- С нуля: целевые каналы коммуникации sms, mail, мобильное приложение, ЛК на сайте и тд
- Учесть кроссформатное окружение
- Учесть глобальные изменения, происходящие в компании
- Создать модель программы лояльности

3 месяца выбирали софт... и внедрили за 3 месяца (метод «горящей платформы»)



Выбирали сразу и операционный и аналитический CRM.



Карта лояльности в цифрах



Май 2021 года

~30 млн

Покупателей ежемесячно

до 70 %

Пенетрация карт в РТО

до 55%

Пенетрация карт в чеки

- Внедрена **CRM система** (сотни комбинаций бонусных и дисконтных механик)
- 4 способа регистрации: приложение, сайт, КЦ. Sms
- Появились целевые каналы коммуникации:
 - **Sms/viber** >46М контактов
 - **Push-уведомления/баннеры в приложении** >4,5М
 - **E-mail** >3М

Что сегодня?



Loyalty Awards Russia

1 Старт года

2 Лучшая программа лояльности продуктового ритейла

1.

Старт работы с клиентской аналитикой

2.

Начали поддерживать масс-промо с помощью CRM инструментов

3.

Релонч мобильного приложения

4.

Старт пилотов по CVM

5.

Запуск MVP первого клуба (Pro питомцев)

6.

Реализованы меры безопасности счетов участников программы лояльности (СММ и тд)

7.

Запуск электронных наклеек. Собственная валюта «магнетики».

8.

Запуск партнерской сети программы лояльности

9.

5 кобрендинговых продуктов с банками

Что сегодня



Мы начали использовать CRM данные
для запуска РК в диджитал каналах...

...и дали такую
возможность поставщикам

Декабрь 2019

запуск DMP-платформы

Что получает поставщик?

- Self-service работа с сегментами данных
- Офлайн-аналитика кампаний
- Сквозная воронка продаж
- 100+сегментов клиентов, несколько справочников категорий
- Управление согласиями пользователя
- Интеграция с основными популярными рекламными площадками (Яндекс, мейл и т.д.)

Рекламодатель РА или маркетолог поставщика

Аналитика
(KYC)

Full Service
дизайнер
сегментов

Общая модель
данных

Торги, расчеты

Аудит
сегментов

Magnit Pay

Запуск MVP



> 4 700 000

электронных кошельков
выпущено покупателями

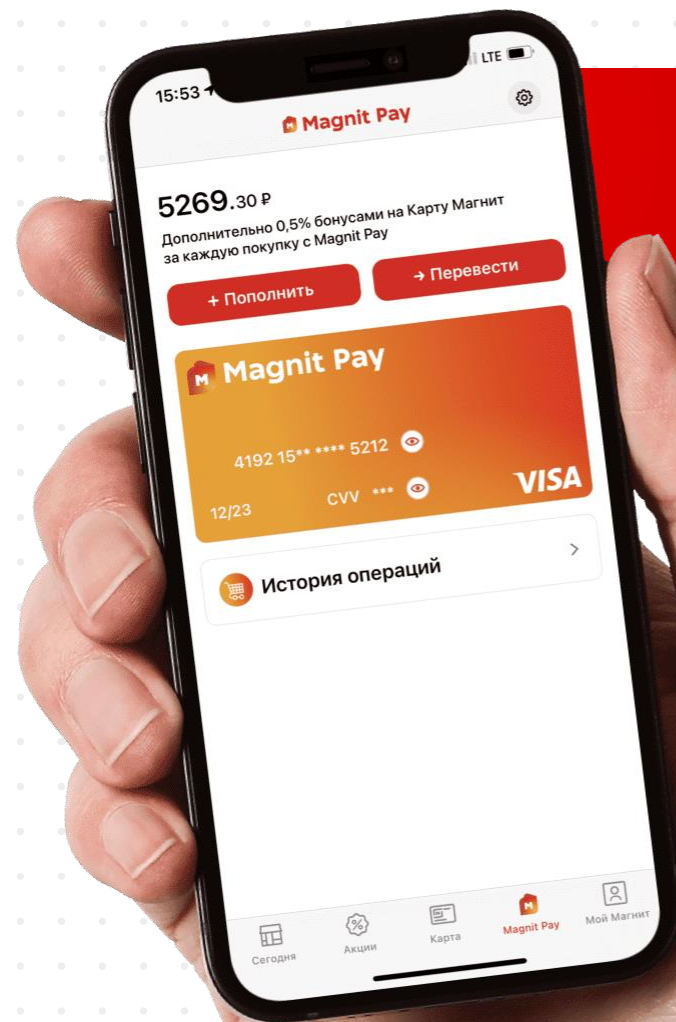
> 200 000

добавлено в Apple Pay и Google Pay

+19% чаще

пользователи приходят в Магнит
чаще и тратят больше остальных.

Средний чек на 4% больше

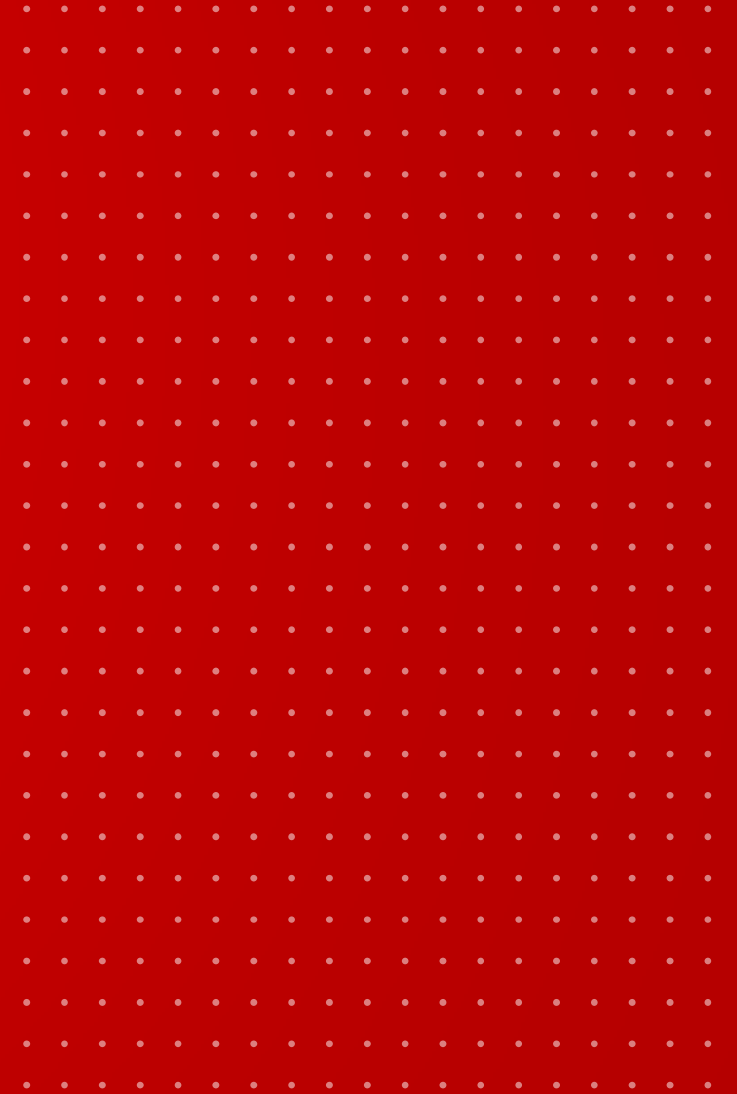


Виртуальная
банковская карта



Оплата онлайн
и через NFC

**А что
дальше?**



Взгляд в будущее: что нас ждёт через пару лет?



Мы хотим стать любимой программой лояльности среди российских ритейлеров, предложив покупателям **«Мир удивительных возможностей Магнит»**

**Пирамида человеческих потребностей
(A. Maslow)**



**Программа Лояльности
Магнит**



