

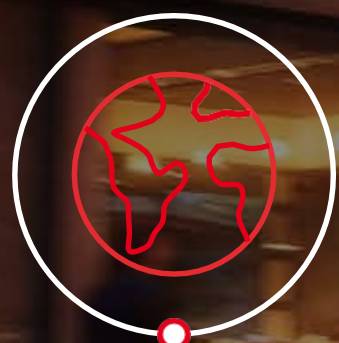
**МАССОВЫЙ ПЕРЕЗАПУСК  
ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ –  
ТРЕНД ИЛИ ПОСЛЕДНИЕ  
ПОПЫТКИ ИХ РЕАНИМИРОВАТЬ**

Надежда Викторова

Руководитель Программы Лояльности, партнерских программ и NPS

21

МИРОВОЙ  
БРЕНД



7,1%

ДОЛЯ  
ИНОМАРОК



61

АВТОСАЛОН



**B1 – CORPORATE RATING CFR**



## Надежда Викторовна

Руководитель Программы Лояльности  
Партнерских программа и NPS

- 2003 – 2012 гг. - РОЛЬФ, координатор отдела продаж ММС/Руководитель подразделения по поставкам ММС
- 2012 – 2016 гг. – Административный менеджер по планированию и поставкам/ММС Рус
- 2016 – 2017 гг. – Директор по развитию AutoGeew
- май 2017 – РОЛЬФ, Менеджер по работе с партнерами
- сентябрь 2018 – по настоящее время – Руководитель Программы Лояльности, партнерских программ и NPS

33%

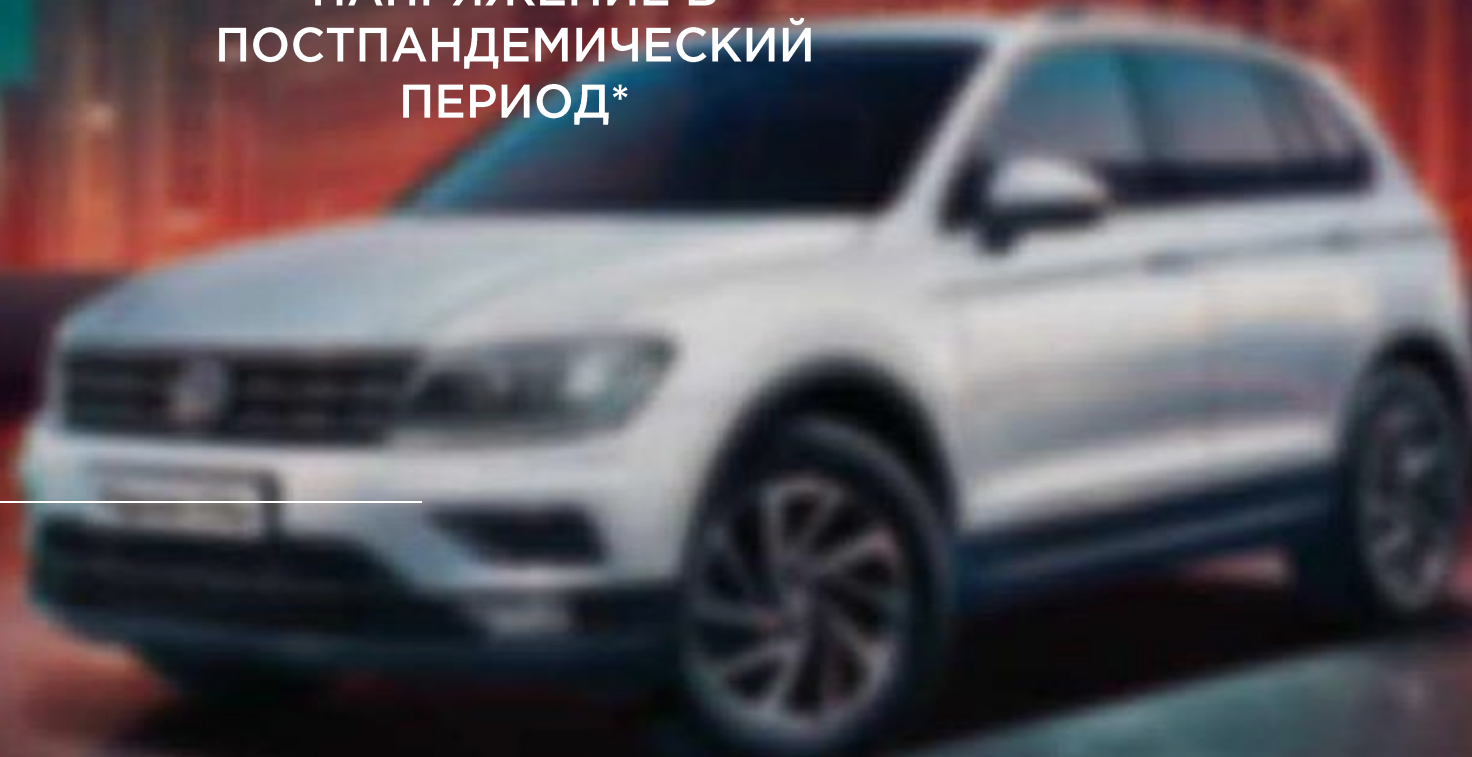
СТРАДАЮТ COVID-  
ИПОХОНДРИЕЙ\*

40%

АУДИТОРИИ  
ИСПЫТЫВАЕТ  
ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ  
НАПРЯЖЕНИЕ В  
ПОСТПАНДЕМИЧЕСКИЙ  
ПЕРИОД\*

54%

СОКРАТИЛИ СВОИ  
РАСХОДЫ ПО  
ПРИЧИНЕ КРИЗИСА\*



# ОЖИДАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ОТ БРЕНДОВ

48%

26%

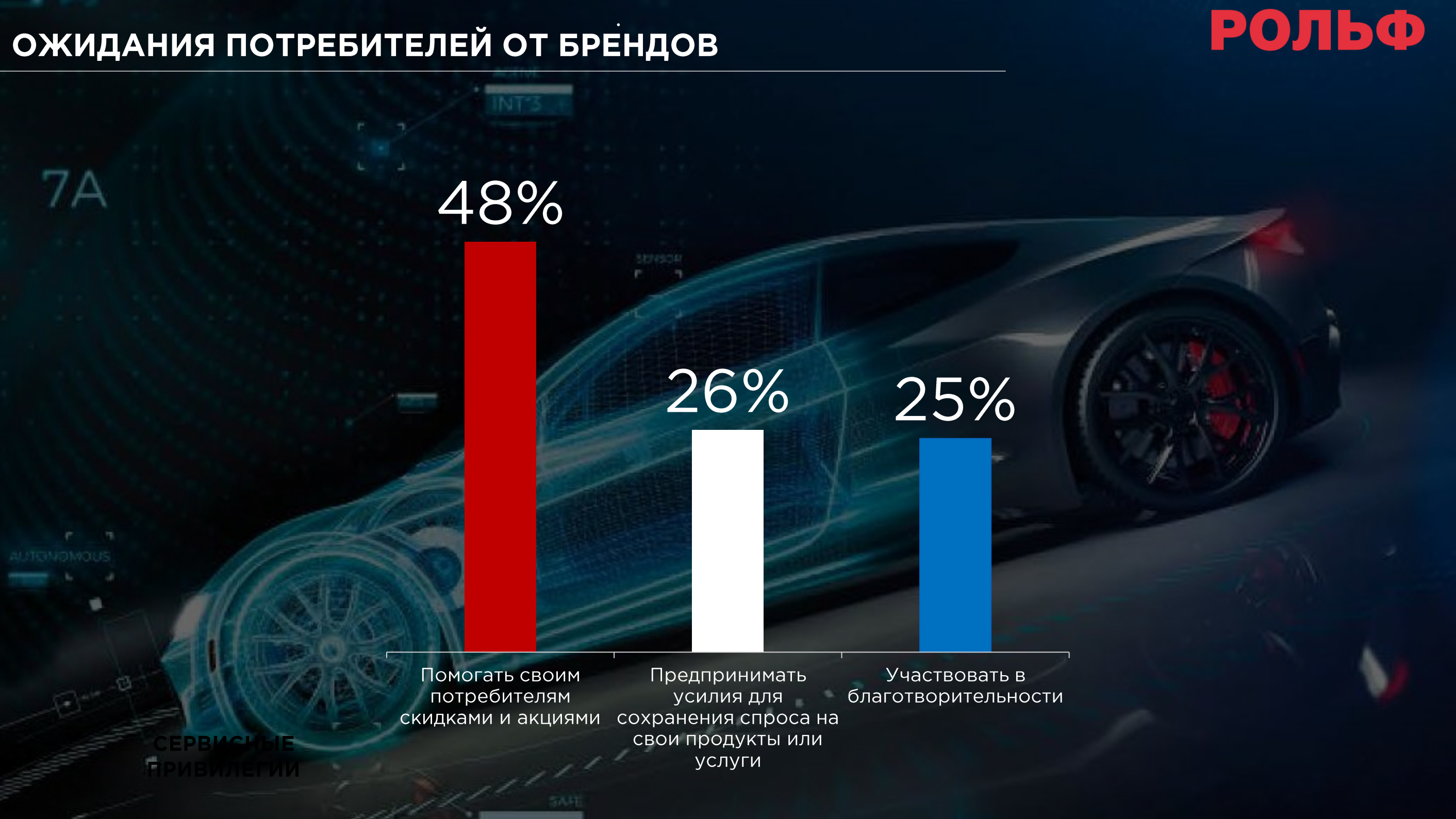
25%

Помогать своим  
потребителям  
скидками и акциями

Предпринимать  
усилия для  
сохранения спроса на  
свои продукты или  
услуги

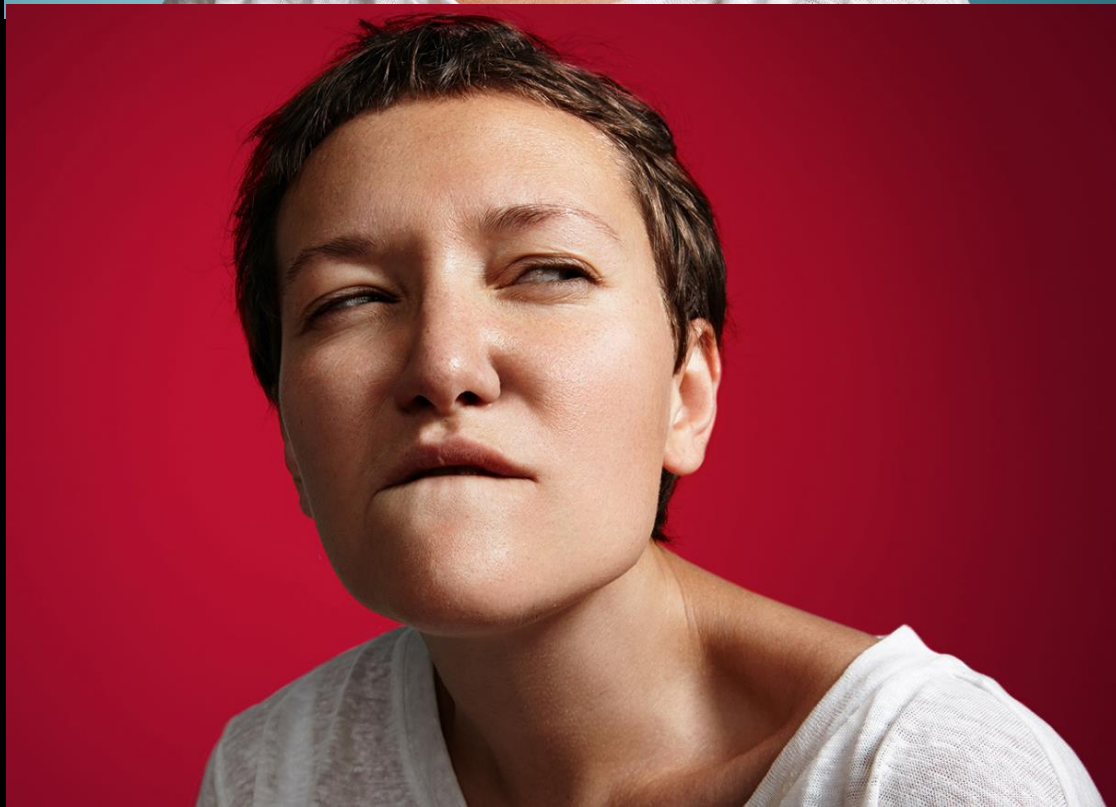
Участвовать в  
благотворительности

**СЕРВИСНЫЕ  
ПРИВИЛЕГИИ**



## ОЖИДАЕМЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В ПЛ

	15-20 лет назад	сейчас	в будущем
Основное предложение	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Баллы в обмен на данные</li> <li>• Купоны</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Баллы</li> <li>• Баллы плюс уникальные предложения и награды (напр., Waitrose предлагает держателям карт лояльности бесплатный кофе при каждом посещении магазина)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Более разнообразные поощрения</li> <li>• Более эмоциональное наполнение</li> </ul>
Цель и акцент	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Наблюдение за поведением покупателей со стороны</li> <li>• Сбор данных и сегментация</li> <li>• Периодическая отправка бонусов и предложений</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Понимание поведения и чувств</li> <li>• Выстраивание двухсторонних отношений</li> <li>• Частые двусторонние контакты</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Более личные отношения</li> <li>• Более частые контакты</li> <li>• Больше преимуществ для покупателя</li> </ul>
Участники	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Несколько крупнейших розничных компаний</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Различные розничные компании всех размеров и из всех секторов</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Почти все розничные компании</li> </ul>
Взаимодействие с покупателем	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Считывание карты на кассе</li> <li>• Отправка брошюр</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Различные способы взаимодействия и сбора данных</li> <li>• Переход в онлайн-канал (напр., информирование по электронной почте)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• В любое время, в любом месте, на любой платформе</li> </ul>
Характер экосистемы	<ul style="list-style-type: none"> <li>• В основном разрабатывается собственными силами</li> <li>• Крупные поставщики комплексных услуг по программам лояльности</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Надежные поставщики программ лояльности</li> <li>• Профильные поставщики отдельных компонентов</li> <li>• Более низкие расходы на разработку и запуск</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Экосистемы, разработанные сторонними поставщиками, но контролируемые розничной компанией</li> <li>• Гибкая, постоянно меняющаяся</li> </ul>



**ЧТО ЖЕ  
ДЕЛАТЬ?**

7A

*Вместе и Навсегда*  
ПРОГРАММА ЛОЯЛЬНОСТИ  
**РОЛЬФ**

**КАК СТАТЬ УЧАСТНИКОМ?**



При покупке  
услуг сервиса



При покупке  
автомобиля



Через сайт  
Rolf.ru



Рекомендация покупки  
автомобиля друзьям

**УРОВНИ КАРТ**



**5% - BLACK**  
(0-1 автомобиль)



**7% - SILVER**  
(2-4 автомобиля)



**10% - GOLD**  
(5 и более автомобилей)

**СРОК ДЕЙСТВИЯ БАЛЛОВ:**  
**210** календарных дней

СЕРВИСНЫЕ  
ПРИВИЛЕГИИ



## ЧТО МОЖНО ОПЛАТИТЬ БАЛЛАМИ?



Слесарный и кузовной ремонт (до 30%)



ТО (до 20%)



Запасные части (до 30%)



Дополнительное оборудование и аксессуары (до 30%)

## КАК ПОЛУЧИТЬ БАЛЛЫ?



При оплате сервисных услуг, запасных частей и аксессуаров (5%, 7%, 10%)



Рекомендация покупки автомобиля друзьям (3 000 - 20 000 баллов)



Репост VK, FB – 500 баллов\*\*



За заполнение маркетинговой анкеты (300 баллов)



Комплимент\*



Заполнение анкеты импортера\*\*



За участие в акции



Покупка автомобиля\*

\* с согласования держателя бюджета | \*\* действует на локации Ясенево

## ОГРАНИЧЕНИЯ

### Баллы не начисляются

- ⊗ Скидка на товар или услугу
- ⊗ Клиент не является участником программы
- ⊗ Владелец и плательщик разные физические лица и не оформлена доверенность
- ⊗ Оплата производится баллами ПЛ или СПАСИБО от сбербанк
- ⊗ Программа Лояльности не суммируется с другими Партнёрскими программами.

### Баллами нельзя оплатить

- ⊗ Страховку (франшизу)
- ⊗ Покупку автомобиля
- ⊗ Хранение резины
- ⊗ Позиции со скидками

# ПОЧЕМУ ЗАДУМАЛИСЬ О ПЕРЕЗАПУСКЕ

**РОЛЬФ**



Планы сотрудников и планы компании устанавливаются на календарный месяц



Визит клиента на сервис – в среднем **2,5** раза в год

Резервный фонда ББ формируется из прибыли компании



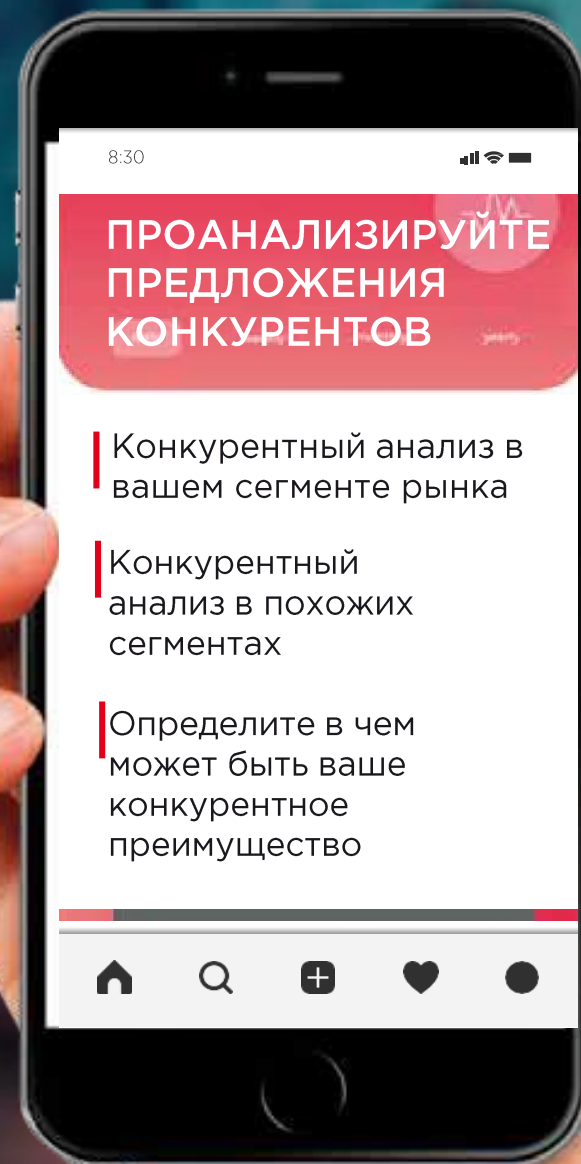
**184 ББ**  
в среднем на счетах клиентов



# КАК ПОНЯТЬ, КАКАЯ ПРОГРАММА НУЖНА ИМЕННО ВАМ

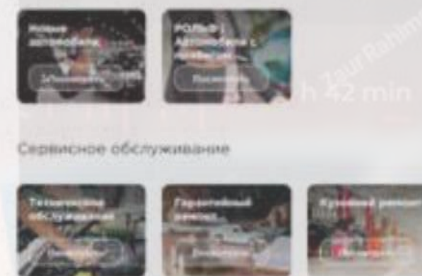
**РОЛЬФ**

1. Определите цели компании и сопоставьте их с целями ПЛ
2. Опишите ключевые КРІ ПЛ
3. Согласуйте правила ПЛ с утвержденной в компании методологией финансового учета

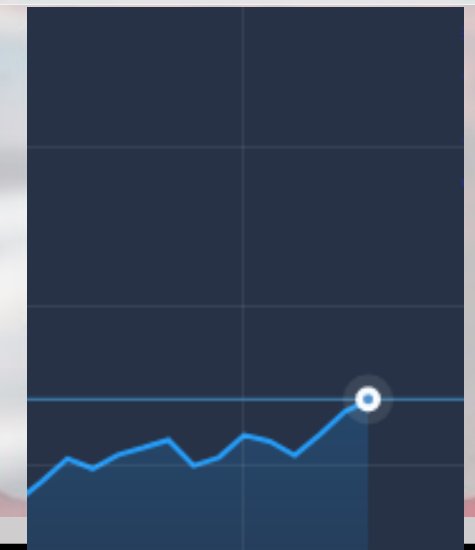


## Изучите вашего клиента

Проведите опрос текущих клиентов



## СОСТАВЬТЕ ДИАГНОСТИЧЕСКУЮ КАРТУ ВАШЕЙ ПЛ



## ПРОГРАММА ЛОЯЛЬНОСТИ «ВМЕСТЕ И НАВСЕГДА»\_СТАЛО



**5%** НА РАБОТЫ

**5%** НА ЗАПЧАСТИ

ВАША ПЕРСОНАЛЬНАЯ  
ВЫГОДА ПРИ ПРОДЛЕНИИ  
КАСКО

**10%** НА РАБОТЫ

**10%** НА ЗАПЧАСТИ

ВАША ПЕРСОНАЛЬНАЯ  
ВЫГОДА ПРИ ПРОДЛЕНИИ  
КАСКО

**15%** НА РАБОТЫ

**12%** НА ЗАПЧАСТИ

ВАША ПЕРСОНАЛЬНАЯ  
ВЫГОДА ПРИ ПРОДЛЕНИИ  
КАСКО

**20%** НА РАБОТЫ

**15%** НА ЗАПЧАСТИ

ВАША ПЕРСОНАЛЬНАЯ  
ВЫГОДА ПРИ ПРОДЛЕНИИ  
КАСКО

**30%** НА РАБОТЫ

**18%** НА ЗАПЧАСТИ

ВАША ПЕРСОНАЛЬНАЯ  
ВЫГОДА ПРИ ПРОДЛЕНИИ  
КАСКО

НОВЫЙ КЛИЕНТ ОТДЕЛА  
ПРОДАЖ / СЕРВИС

30 000 МАСС  
50 000 ПРЕМИУМ

60 000 МАСС  
100 000 ПРЕМИУМ

150 000 МАСС  
250 000 ПРЕМИУМ

500 000 МАСС  
1 000 000 ПРЕМИУМ

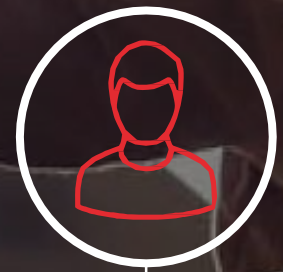
СЕРВИСНЫЕ  
ПРИВИЛЕГИИ

АКЦИОННЫЕ И КОМПЛИМЕНТАРНЫЕ  
БОНУСНЫЕ БАЛЛЫ

ПАРТНЁРСКИЕ  
ПРИВИЛЕГИИ



## КАКИЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЭТО ПРИНЕСЛО НАМ



Рост  
среднего  
чека УПЛ



Рост  
вовлеченности за  
счет целевых  
партнёрских  
программ



Прирост  
активного  
сегмента на  
**25%**



Объем  
скидок  
сократился  
на **11%**



**275 610**

A man in a blue suit and white shirt is sitting in the driver's seat of a car. He is holding a smartphone in his hands and looking at the screen. The car's interior is visible, including the dashboard and door panel. The lighting is soft and focused on the man and his phone.

**РОЛЬФ**

# **МЫ ЗНАЕМ, КАК СДЕЛАТЬ КЛИЕНТА СЧАСТЛИВЫМ**

ЕСЛИ АВТОМОБИЛЬ, ТО В РОЛЬФ!  
ЕСЛИ НАДЕЖНЫЙ ПАРТНЕР, ТО РОЛЬФ!



**СПАСИБО!**

**РОЛЬФ**

**ВМЕСТЕ И НАВСЕГДА**

ПРОГРАММА ЛОЯЛЬНОСТИ