

# Программы лояльности для магазинов детской одежды



**Юлия Наливкина**

# Юлия Наливкина



- Владелец собственного бизнеса, бизнес-консультант, практик и руководитель с 20-ти летним опытом.
- **Юлия Наливкина лично и в качестве организатора и руководителя:**
- разработала концепции, стратегии развития многих розничных, оптовых и производственных предприятий;
- открыла более 200 магазинов и предприятий услуг, таких как супермаркет, кафе, салон красоты, розничные магазины различного профиля, крупный торговый центр;
- "с нуля" создала стандарты нескольких розничных сетей;
- "упаковала" такую франшизу, как франшиза ювелирной сети "АДАМАС";
- Юлия множество раз находила нестандартные решения, которые помогли компаниям и их владельцам заработать или сэкономить миллионы.
- Юлии Наливкиной доверяют такие компании как Ашан, Nestle, Инком, Вещь!, Айсберри, ТРЦ "Гагаринский", Адамас, BOSCH и другие, в том числе предприятия малого бизнеса и start-up.



## Контакты:

Е-мейл: [mail@HelpInfoBiz.ru](mailto:mail@HelpInfoBiz.ru)

Скайп: Julia\_nal

Тел. +7 965 3044848

ИНКОМ

Ашан

BOSCH

Детский мир  
СЕТЬ МАГАЗИНОВ

ГАГАРИНСКИЙ  
торгово-развлекательный центр

Trout & Partners  
Pioneers in Positioning

Вещь!

АДАМАС  
ювелирный магазин

айсберри®

Nestlé



<http://HelpInfoBiz.ru>

# Виды покупателей



# Программы лояльности и дисконтные системы: плюсы и минусы

## Программа лояльности –

совокупность элементов, формирующих привязанность клиента к бренду, работающие в единой системе.

Это эмоции + выгоды, материальные и нематериальные

**Дисконтные системы:** только материальные выгоды, поэтому они НЕ ФОРМИРУЮТ ЛОЯЛЬНОСТЬ

## Зачем нужна лояльность?

- удержание клиента – снижение затрат: старые дешевле новых
- привлечение новых клиентов за счет рекомендаций самими клиентами – снижение затрат
- Выход из ценовой конкуренции

	Дисконт	Лояльность
Суть	«Взятка», «подкуп». «Что мне за это будет?»	«Сделаю «за так», потому что...»
Инструменты:	Скидки, акции, распродажи, бонусные и дисконтные карты, «кэш бэк», «продай друга, получи скидку, %...»	Атмосфера, внимание персонала, поддержание общения, легенды, мероприятия, спонсорство, продакт плейсмент, флеш-мобы,



# Программы лояльности для магазина детской одежды. Что лучше, что хуже?

## №1: МЕРОПРИЯТИЯ «на местах»

- Организация развлечений, игр
- Праздники
- Организация развлечений детей в магазине
- Обучение персонала
- Создание специальной атмосферы в магазинах



## №2. Скидки и бонусы.

- Скидочная программа
- Бонусная программа
- Сертификаты на следующую покупку
- Подарки
- Программы для школ и детских садов



## №3. Спонсорство и организация мероприятий в детских садах, школах, парках, кинотеатрах ...

## №4. Подарочные карты и сертификаты



# Влияние программ лояльности на прибыль

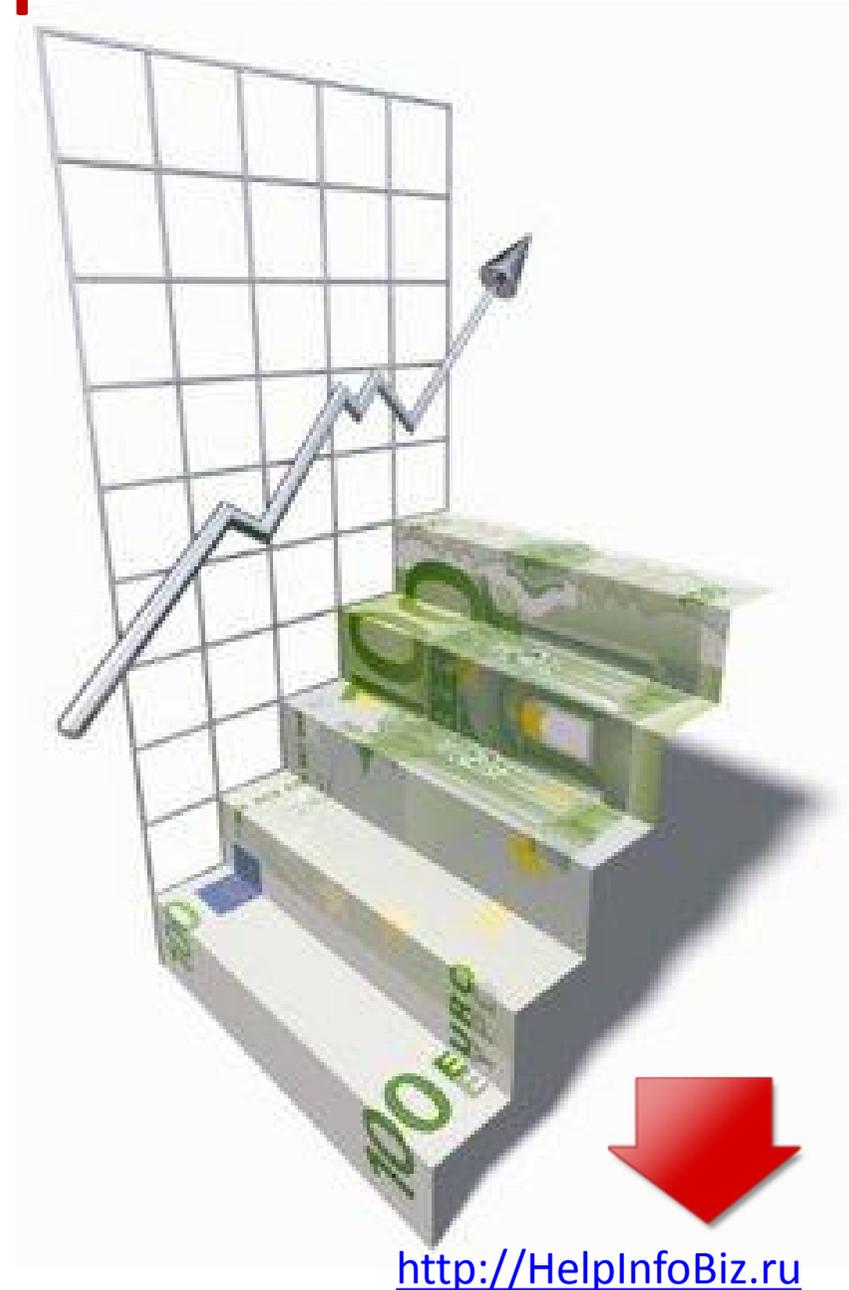
$$\text{ПРИБЫЛЬ} = \text{М} \times \text{ПП} \times \text{К} \times \text{СЧ} \times \text{КП}$$

1. **Маржа:** поднимаем цены, снижаем расходы на закупки
2. **Увеличиваем число посетителей** (лидов, посетителей сайта) – то есть «входящий поток» или «лидген»
3. **Увеличиваем конверсию** – от посетителя к покупателю
4. **Увеличиваем средний чек**
5. **Увеличиваем частоту покупок каждого покупателя**



# Увеличиваем средний чек

Ап-селл  
Кросс-селл  
Даун-селл



# Увеличиваем частоту покупок



**\* ВНИМАНИЕ \***

**Продажи могут закрыться  
в любое время!**



<http://HelpInfoBiz.ru>

# Вопросы?

## Юлия Наливкина

- Бизнес-консультант, специализация: развитие и увеличение прибыльности бизнеса.
- Владелец собственного бизнеса, практик и руководитель с 20-ти летним опытом.

Сайт: <http://HelpInfoBiz.ru>

Е-мейл: [mail@helpinfobiz.ru](mailto:mail@helpinfobiz.ru)

Скайп: Julia\_Nal



+7 965 304 4848

\*sekret.helpinfobiz.ru

\*biz.helpinfobiz.ru

\*trening.helpinfobiz.ru



<http://HelpInfoBiz.ru>