



Персональные промо в ТС «Пятёрочка»

CVM
Customer Value Management



Пятёрочка запустила масштабный стратегический продукт по персональным предложениям для гостей – SVM



Основа SVM – это **комплекс аналитических моделей**, которые позволяют **наиболее эффективно** выбирать:



Сегмент гостей

Определение сегмента гостей с наибольшей склонностью откликнуться на персональное предложение



Персональное предложение

Выбор товара/группы товаров и наиболее эффективной скидочной механики



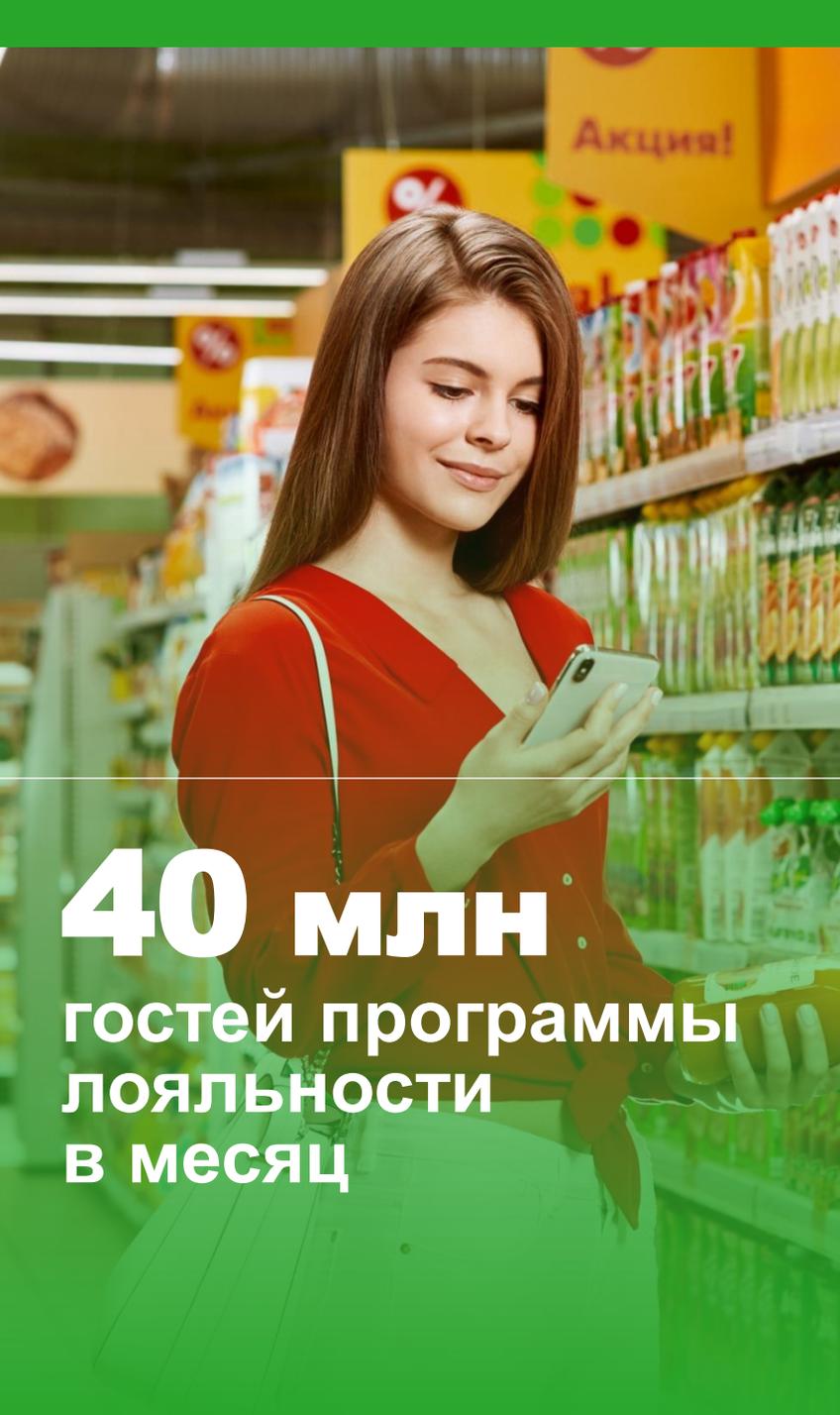
Индивидуальная коммуникация

Отправка предложения гостю через доступные каналы



Финансовый эффект

Для поставщика и Пятёрочки



40 млн
гостей программы
лояльности
в месяц



420 млн
чеков в месяц



2,7 млрд
товаров в месяц

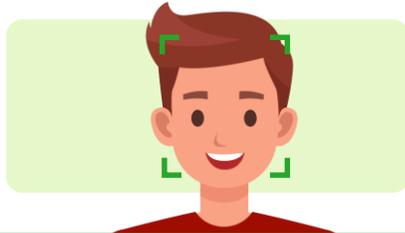
Клиентский путь при реализации продукта CVM



Клиент дает согласие на получение спец. предложений

Клиент может дать согласие на получение персональных предложений:

- при регистрации в программе лояльности
- при обращении в службу поддержки
- в мобильном приложении



CVM анализирует поведение клиента, его предпочтения и потребности

Алгоритмы CVM определяют:

- какое предложение для этого гостя наиболее интересно
- в какой момент он откликнется на него с наибольшей вероятностью
- в каком канале ему будет наиболее удобно получить это предложение



Клиент получает персональное предложение в одном из каналов

Для коммуникации с клиентом используется множество каналов:

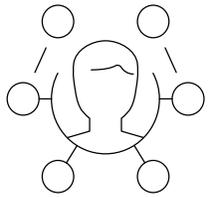
- мобильное приложение
- прямые каналы
- каналы в магазине



Клиент идет в магазин – полученное предложение применяется на кассе

В зависимости от типа предложения оно активируется автоматически либо с помощью предъявления на кассе чека или купона в приложении

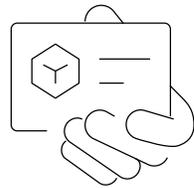
Пять действий создания оптимального персонального предложения гостю



Целевая аудитория

01

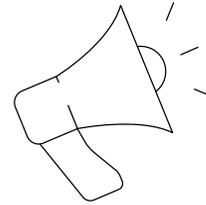
Выбрать аудиторию **не выполняющую целевое действие и отфильтровать не склонных к реакции** на предложение



Предложение

02

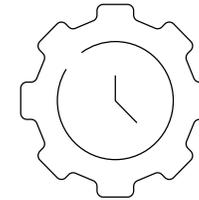
Выбрать оптимальную **механику, целевой товар и глубину скидки**



Канал

03

Выбрать **эффективный канал коммуникации**



Время

04

Определить **время отправки и срок действия** предложения



Сообщение

05

Сформулировать текст **"на языке гостя"** с релевантным **приветствием и побуждением к действию**

Мы развиваем **более 20 каналов** для коммуникации с гостями



ОНЛАЙН КАНАЛЫ



Viber



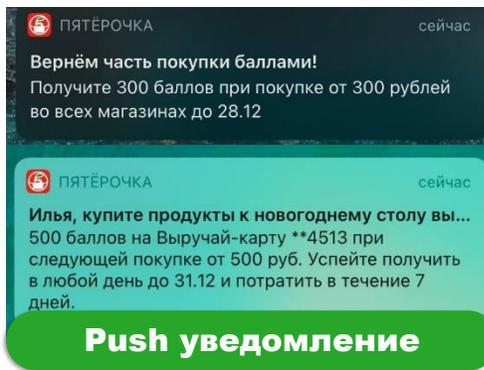
Цели МП



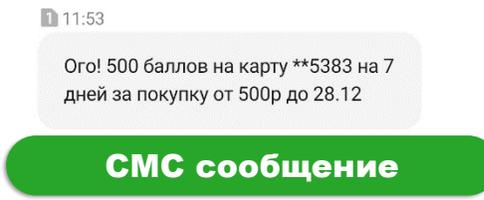
E-Mail



Акции в Мобильном Приложении



Push уведомление



СМС сообщение



ФИЗИЧЕСКИЕ КАНАЛЫ



Слип-чек

CVM состоит из двух больших направлений



Персональные предложения для стимулирования дополнительных покупок гостей

Описание

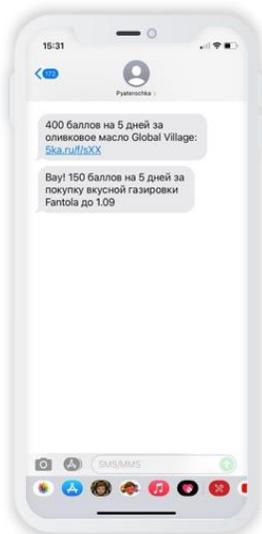


Определение наиболее подходящего персонального предложения для каждого гостя



Отправка предложения через доступные каналы: SMS, Viber, Push, Слип-чеки и прочее

Пример



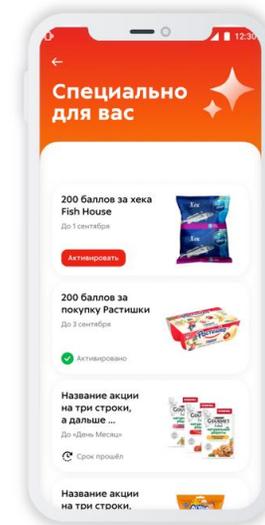
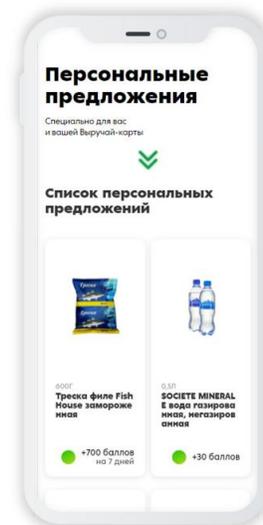
Замена неэффективного массового промо персональными предложениями



Отмена наименее эффективных массовых промо



Персональные предложения гостям, для которых были важны отменные позиции в промо





СПАСИБО!

