



### Справочная информация о лояльно-бонусной системе «НЕФТЕГАЗ КАРД» («NG-CARD»)

Данный документ описывает возможные варианты выражения лояльности к клиенту с использованием функционала онлайн-системы «NG-CARD». Полное описание возможностей системы представлены в соответствующих технических документах.

**Известная истина:** основная задача лояльно-бонусной системы – это привлечение новых и удержание существующих Клиентов. При использовании системы лояльности в качестве маркетингового инструмента, обычно одновременно решаются две задачи, отвечающие на вопросы:

- Чем привлечь новых клиентов?
- Как удержать существующих?

1

В данном случае речь идет **о постоянном выражении лояльности к Клиенту**, что бы он (Клиент) оставался лояльным к компании, предоставляющей услуги.

**Возможности «NG-CARD» по схемам выражения лояльности:** можно создавать любое количество схем лояльности для различных категорий Клиентов. Например, по следующим категориям:

- Частные лица;
- Семьи;
- Таксисты;
- Автопарки;
- Клубы, организации, и др.;
- Новые/старые схемы лояльности;

Все схемы лояльности могут работать одновременно, отключаться/включаться в любое время. Любую карту можно переносить из одной схемы лояльности в другую. Таким образом, можно внедрять новые схемы лояльности для существующих клиентов. При этом ни Клиенту (владельцу карты) не нужно приезжать в офис – все происходит мгновенно, после выполнения настройки в процессинговом центре «NG-CARD».

**Построение схем лояльности для Клиента:** в схеме лояльности может быть любое количество событий определяющих «вариант выражения лояльности» к клиенту.

## **Система лояльности может предоставлять такие типы лояльности:**

1. Скидка на цену, на общую сумму покупки\*:
  - a. Абсолютная скидка в долларах (центах);
  - b. Процентная скидка;
2. Накопление бонусов/балов любым количеством счетчиков; оплата товаров и услуг с помощью накопленных бонусов/балов\*;  
  
\*При срабатывании нескольких событий одновременно, скидки и бонусы могут складываться, вычитаться, умножаться, может выбираться большее или меньшее значение, а так же выбираться действие в зависимости от приоритета;
3. Статистическое накопление данных (на любом количестве счетчиков), для дальнейшего анализа процессингом системы "NG-CARD";
4. Организация выдачи товаров и услуг за накопленные баллы/бонусы;
5. Получение оперативной информации о накоплении бонусов, об акциях, о событиях в системе в виде: СМС-сообщений на мобильный телефон, электронной почты или сообщений в «личном кабинете» в WEB-портале (специальный сайт системы "NG-CARD");
6. Получение специальных предложений, сформированных автоматически или менеджером - в зависимости от профиля полученных услуг (ориентируясь на прошедшие покупки);
7. Оперативно (онлайн) через WEB-портал: блокировка утерянной карты, заказ новых карт для своей группы (семьи, подчиненных, коллег); просмотр истории покупок.

2

## **Система лояльности может предоставлять различные типы лояльности в зависимости от следующих факторов:**

1. Вид топлива;
2. Вид товара и/или услуг;
3. Приближение к знаменательной дате клиента (например, День рождения); возможна установка дополнительных параметров - за несколько дней до..., несколько дней после знаменательной даты;
4. Праздники (государственные, религиозные и т.п.);
5. Праздники для определенного пола: 8 марта – для женщин, 23 февраля – для мужчин;
6. День недели, время суток;
7. Общий объем купленного топлива/товара:
  - a. Общий объем топлива/товара за все время использования системы "NG-CARD";
  - b. Общий объем топлива/товара в прошлом месяце;
  - c. Общий объем топлива/товара в текущем месяце;
8. Сумма денег, оплаченных за все покупки:
  - a. Сумма всех покупок за все время использования системы "NG-CARD";
  - b. Сумма всех покупок в прошлом месяце;
  - c. Сумма всех покупок в текущем месяце;
9. Количество посещений Клиентом сети АЗС и магазинов: всего, в этом месяце, в прошлом месяце;

10. Количество накопленных бонусов/баллов на карте клиента: всего, в этом месяце, в прошлом месяце;
11. Количество полученных бонусов/баллов при первом посещении.

**Примеры вариантов предоставления лояльности Клиентам.** Любые из перечисленных ниже вариантов можно объединять друг с другом или модифицировать под конкретные маркетинговые потребности.

**Вариант 1.** Стандартный. Скидка в зависимости от потребления. В зависимости от объема потребляемого топлива или в зависимости от потраченных средств на покупки в сети;

- а. Создается сетка значений объемов/сумм, определяющих размер лояльности - скидку или количество/коэффициент начисляемых бонусов;
- б. Сетка значений объемов/сумм привязывается к видам топлива и товаров (для каждой категории может быть создана своя сетка).

Например, используем процентную скидку в зависимости от общей суммы, потраченной в нашей сети:

- Общая сумма, потраченная в сети, до 1000 USD – скидка 1%;
- Общая сумма, потраченная в сети, от 1000 USD до 2000 USD – скидка 2%;
- Общая сумма, потраченная в сети, от 2000 USD до 3000 USD – скидка 3%;
- Общая сумма, потраченная в сети, от 3000 USD до 5000 USD – скидка 4%;
- Общая сумма, потраченная в сети, более 5000 USD – скидка 5%.

**Вариант 2.** Семейный. Получение скидки по нескольким картам – накопление бонусов на одной главной карте. Как вариант, часть бонусов накапливается на всех картах, а часть бонусов начисляется на основную карту. Благодаря этому можно заинтересовать главу семьи/директора таксопарка или автопарка.

Например: за каждый литр топлива на Клиентскую карту начисляется 1 бонус, на главную карту начисляется 0,1 бонус; за каждые 10 USD, потраченных в магазине сети (не на топливо), на карту начисляется 1 бонус, на главную карту - 0,1 бонус.

**Вариант 3.** Праздники и события. Дополняется к другим схемам. Примеры условий при использовании данной схемы:

- а. 23 февраля мужчинам – дополнительная скидка 2% или удваиваются бонусы;
- б. 8 марта женщинам – дополнительная скидка 2% или удваиваются бонусы;
- с. В День рождения – одноразовая скидка 5% или накапливаемые бонусы умножаются на N (N – любое задуманное руководством сети магазинов число).

**Вариант 4.** Навязывание. Применяется при необходимости организовать предпочтительное посещение клиентами нужных АЗС (магазинов). Примеры условий при использовании данной схемы:

- а. На определенных АЗС можно получить больший процент скидки (больше бонусов);
- б. В определенное время, можно получить больший процент скидки (больше бонусов);
- с. На определенных АЗС, в определенное время, можно получить больший процент скидки (больше бонусов);

**Дополнительные возможности системы "NG-CARD":** при срабатывании схем лояльности можно печатать сообщения на чеке клиента, например:

- Случайное сообщение с пожеланиями, шутками, прогнозами, новостями;
- Печать в зависимости от типа сработавших факторов;

- Постоянная печать всех разрешенных данных по примененной схеме лояльности.

К системе контроля срабатывания лояльных схем комплекса "NG-CARD" можно подключить функционал отправки СМС-сообщений. Например, клиенту, заправившемуся более чем на 50 литров топливом «премиум», можно отправить мотивирующее сообщение («Спасибо за выбор нашей сети АЗС!»).

**Дополнительные возможности системы "NG-CARD":** Ударный маркетинг, Розыгрыши.

Розыгрыши – это средство привлечения новых клиентов «номер один!». Правильно проведенная программа Розыгрыша призов обязательно принесет прирост количества новых клиентов.

Программа проведения Розыгрышей, сама по себе, является маркетинговым инструментом. Его можно/необходимо использовать в качестве пиара/рекламы **самостоятельно** (обособленно). Т.е. рекламируется не торговая сеть, а программа Розыгрышей, проводимая в сети:

- **«ПОЛУЧАЙ ТОПЛИВО, ЗА ТОПЛИВО!»**
- **«ПОЛУЧАЙТЕ ПРИЗЫ, НЕ ОТХОДЯ ОТ КАССЫ!»**
- **«АВТОМОБИЛЬ В БАКЕ?! СПРОСИ У ОПЕРАТОРА – КАК?»**
- **«КАК ВЫИГРАТЬ КВАРТИРУ? НЕ НАДО ИГРАТЬ – НАДО ЗАПРАВЛЯТЬСЯ!»**

Система лояльности "NG-CARD" позволяет проводить Розыгрыши любого количества и вида призов. Участником Розыгрыша может быть Клиент, выполнивший определенные требования системы («контроль событий в системе»).

4

Например, в Розыгрыше участвует каждый, кто заправился более чем на 30 литров топлива. Условия розыгрыша определяют, кто из участников и что выигрывает (информация о победе печатается на чеке):

- каждый 100-й (на всей сети или по региону, или на выбранной АЗС) - выигрывает 10 литров топлива;
- каждый 500-й выигрывает 20 литров топлива;
- каждый 1000-й выигрывает 30 литров топлива;
- каждый 777-й выигрывает билет на участие в розыгрыше супер-приза (проводимом в офисе компании).

Средствами системы "NG-CARD" можно проводить одновременно несколько Розыгрышей. Сам Клиент может одновременно участвовать в нескольких розыгрышах. Например, можно создать следующие программы Розыгрышей:

- Локальные, небольшие призы на отдельно взятой АЗС (утром с 7:00 до 10:00 при заправке 10 литров каждый 5-й выигрывает кофе/чай/пончик и т.п.);
- Региональные, средние призы, проводятся на группе АЗС (каждый 100-й заправившийся в регионе - выигрывает 10 литров);
- Глобальные, крупные призы, проводятся по всей сети (777777-й участник розыгрыша получает автомобиль).

Возможно устанавливать дату/время начала и окончания каждого Розыгрыша, контролировать ход его проведения, устанавливать количество отдельно взятых призов, разыгрываемых

ежедневно/еженедельно/ежемесячно/всего. Ну и, конечно, возможно проводить полноценный анализ происходящего с помощью журналов продаж и аналитических отчетов.

Система "NG-CARD" является полностью открытой для возможности получения из нее специализированных данных. При необходимости подключения внешней учетной системы для дополнительной аналитики - сделать это ОЧЕНЬ просто! Специалистами компании-разработчика систем "NG-CARD" будут выданы представления данных в виде интересующих оперативных онлайн-таблиц.