Опыт прибыльных sms/ viber рассылок

Усович Илья
Руководитель CRM

Прибыльность смс-рассылок

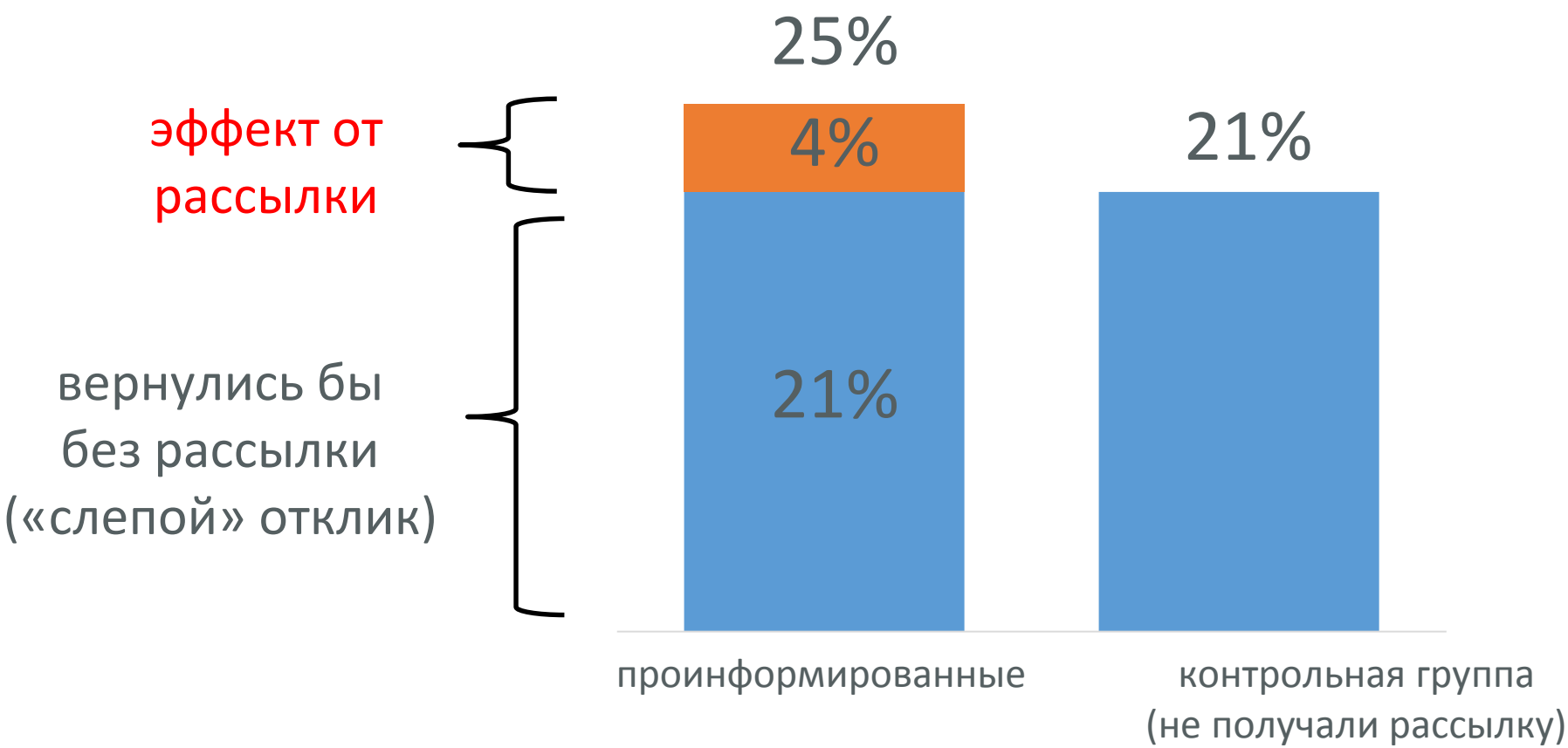
постоянное тестирование

правильное измерение результатов

Как правильно измерять эффект

Контрольная группа клиентов – единственный способ измерить эффект от рассылки

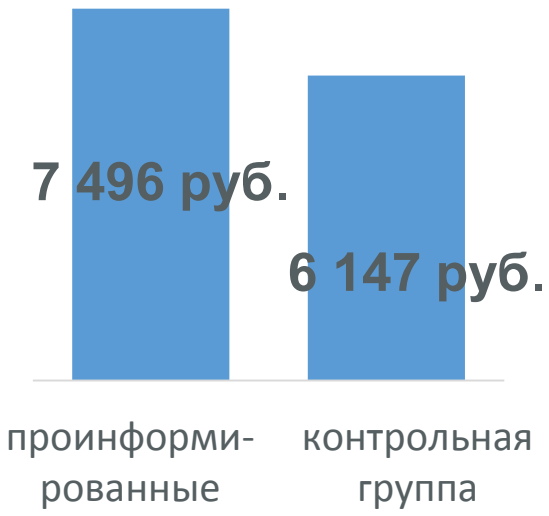
Возврат клиентов за покупками после смс-рассылки



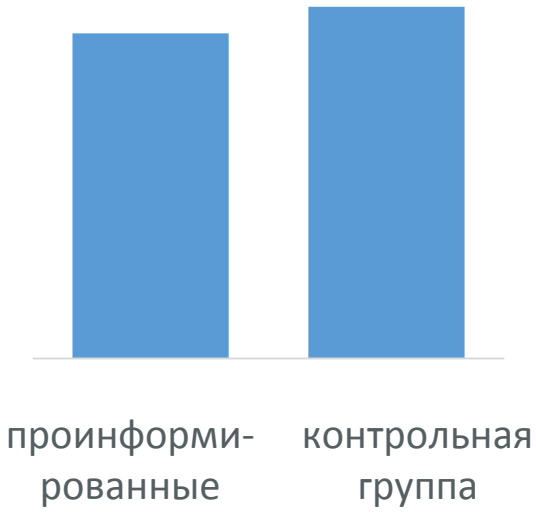
Как правильно измерять эффект

Измеряем эффект в **дополнительной валовой прибыли**, а не в числе дополнительно вернувшихся клиентов.

Средний чек
у проинформированных
ниже на 18%



Маржинальность
у проинформированных
ниже
на несколько %-тов



Бонусная программа лояльности

Декабрь 2015 – запуск

Сбор контактных данных = высокое проникновение:

1. Доля программы лояльности от выручки сети – 90%
2. Доля клиентов с анкетными данными - 70%
3. Сбор мобильных телефонов – 96%, доставка смс – 97%.
4. Сбор email– 62%.

Новые поводы для коммуникаций:

1. Сгорание бонусов, «созревание» бонусов
2. День рождения, покупки, …

Условия на старте (март 2016)

1. Маркетинговых смс нет. Негативный опыт смс-рассылок
2. Бюджета нет.
3. Сбор мобильных телефонов и согласий на смс – есть.
4. Экспертиза – есть.

Старт смс-рассылок (апрель 2016)

Начали с теста 2-х рассылок:

Татьяна, Ваши 300 Приветственных бонусов сгорают 03.11.2017. Успейте потратить их в Hoff! 1 бонус=1 руб. Карта: 1101000000000. Можно использовать: 626 бонусов. Приятных покупок! hoff.ru

Ирина, Вы стали участником Программы Hoff бонус! Получайте бонусы при покупках в Hoff и оплачивайте ими следующие покупки! Карта: 1101000000000. Баланс бонусов: 415. hoff.ru

Узнали новое:

1. число клиентов в 1 рассылке не достаточно для анализа методом контрольных групп – нужно проводить несколько одинаковых рассылок
2. клиенты реагируют только на персональные поводы

Смс-рассылки в Hoff сегодня

Сентябрь 2017

350 000

коммуникаций в месяц

+ 2,5% от выручки сети

план Q2 2018

700 000

коммуникаций в месяц

+ 6 % от выручки сети

Актуальные задачи:

1. Проводить больше тестов и регулярных рассылок
2. Сегментация клиентов, коммуникационные планы по сегментам
3. Частота контактов, приоритет рассылок
4. Поиск новых коммуникационных поводов

Спасибо!

Усович Илья
Руководитель CRM
8-906-795-43-80
ilya.usovich@hoff.ru