



Loyaltag

НОВЫЙ МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ

● Что такое Loyaltag?

Loyaltag – это платформа для коллекционного Digital-маркетинга непосредственно взаимодействующая с конечным потребителем.

Из чего состоит Loyaltag:

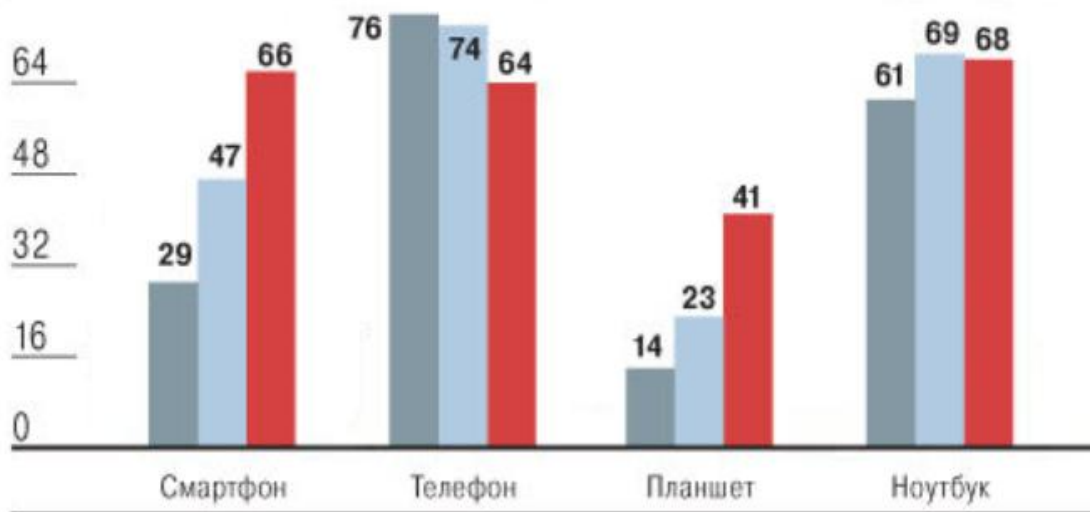
- **Приложение для смартфонов** (Android + iOS) - считыватель QR-кодов и личный кабинет.
- **Web-платформа** - личный кабинет с возможностью регистрации QR-кодов для пользователей без смартфонов.
- **Генератор QR-кодов** (уникальный код для каждого продукта).
- **Этикетки с QR-кодами** (дополнительная наклейка на продукт или внедренный в этикетку QR-код с защитой от несанкционированного считывания).
- **Аналитическая платформа** для сбора данных о покупателях.

Распространение смартфонов в России

КАКИМИ УСТРОЙСТВАМИ ВЛАДЕЮТ РОССИЯНЕ (ДОЛЯ НАСЕЛЕНИЯ*, %)

ИСТОЧНИК: DELOITTE.

2012 2013 2014 *По итогам опроса, участвовали 2 тыс. человек в возрасте 18–75 лет.

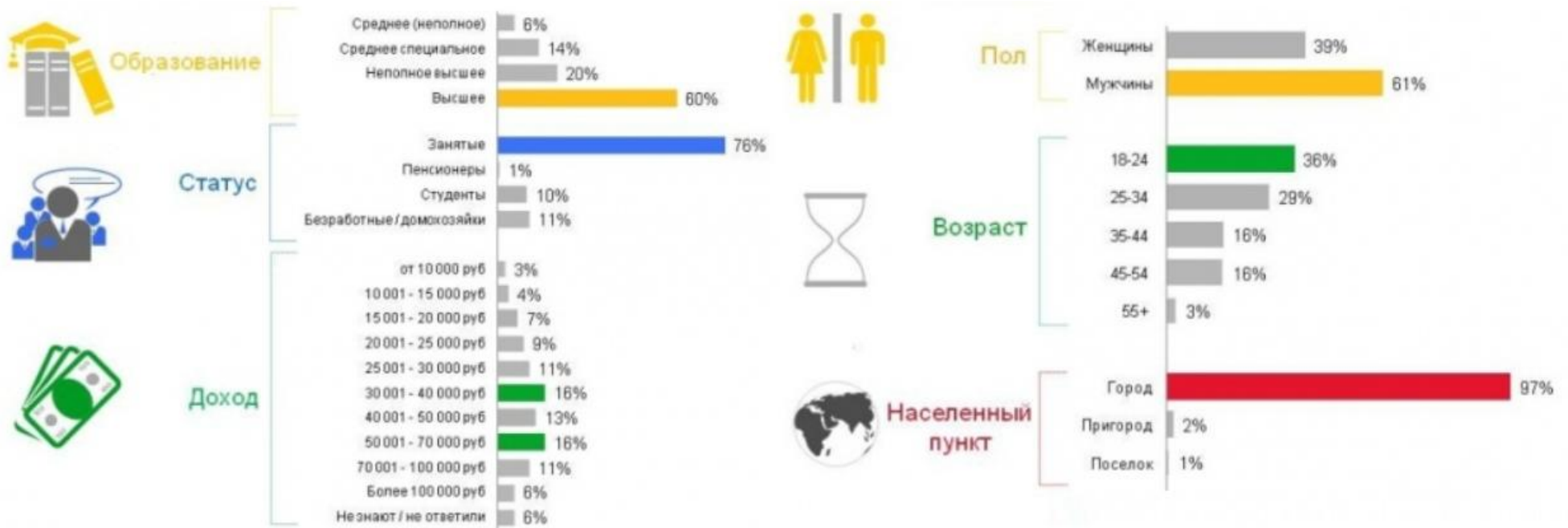


Источник: «Коммерсант», Deloitte

В связи с появлением недорогих смартфонов и планшетов большее количество людей могут позволить себе иметь эти гаджеты.

- В 2014 г. проникновение смартфонов впервые превысило количество телефонов:
- Количество владельцев смартфонов выросло на 19%, достигнув 66%.
- Проникновение телефонов снизилось на 10% до 64%.
- В 2015 г. количество смартфонов вырастет еще на 20% и достигнет 1,9 млрд.
- Рынок смартфонов в России в 2015 году станет 4-м по величине в мире.

Портрет владельца смартфона



Наиболее типичный пользователь смартфона имеет:

- высшее образование (60%);
- постоянную занятость (76%);
- доход свыше 25 000 рублей в месяц (67%).



Типичный пользователь смартфона отлично вписывается в портрет целевого потребителя.

Российские пользователи смартфонов демонстрируют наиболее рациональный подход к выбору приложений, запуская практические сервисы: словари, карты, навигаторы, переводчики, сканеры штрих-кодов и проч.

● Алгоритм вовлечения покупателей

1.Получение информации об акции
(упаковка товара, outdoor, TV и проч.).

2.Регистрация QR-кода
(посредством смартфона или на сайте акции в личном кабинете).

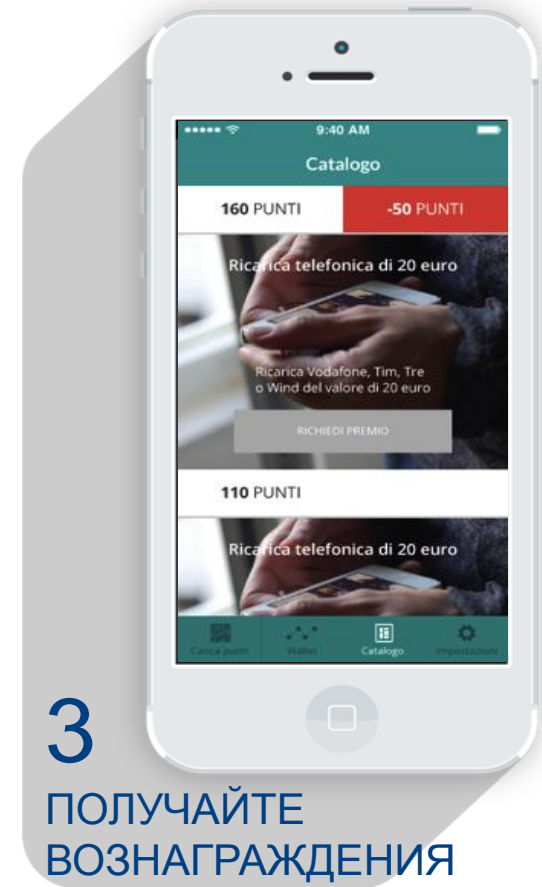
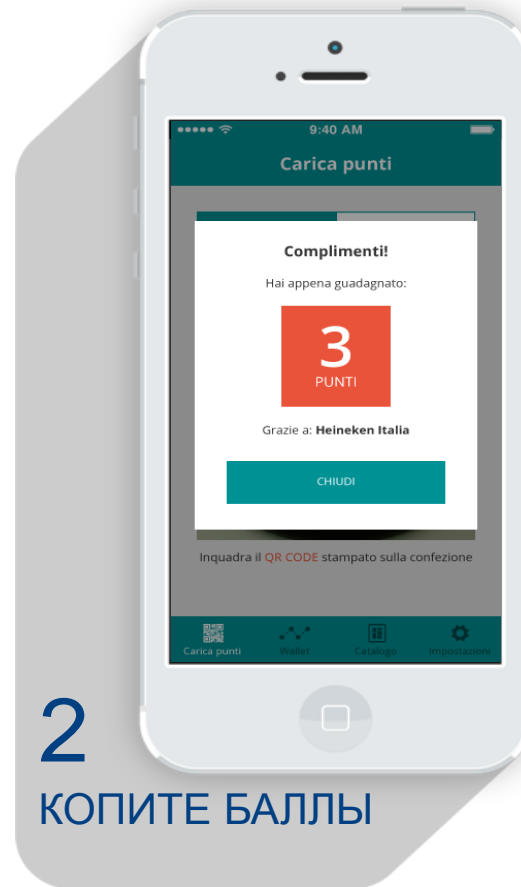
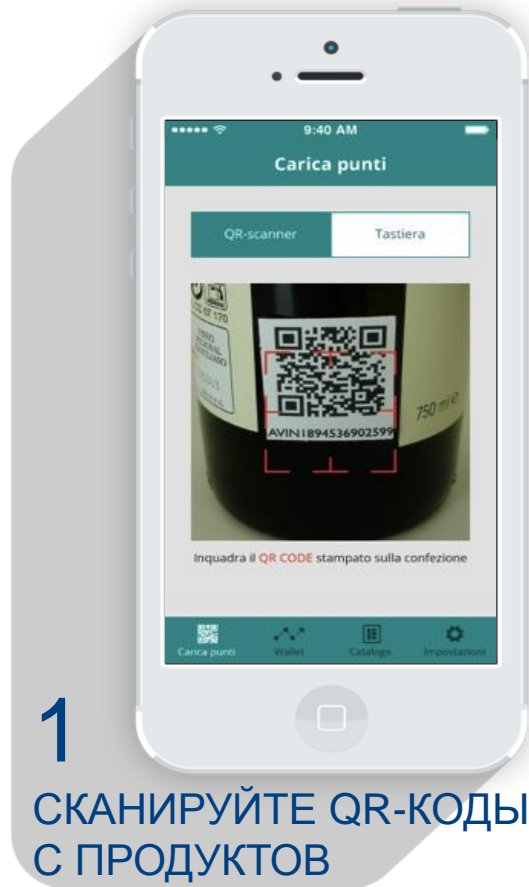
3.Накопление баллов
(количество баллов за продукты может быть различным).

4.Получение гарантированного приза
при условии накопления определенной суммы баллов.

5.Участие в розыгрышах
(ценные призы еженедельно и главный приз в конце акции).

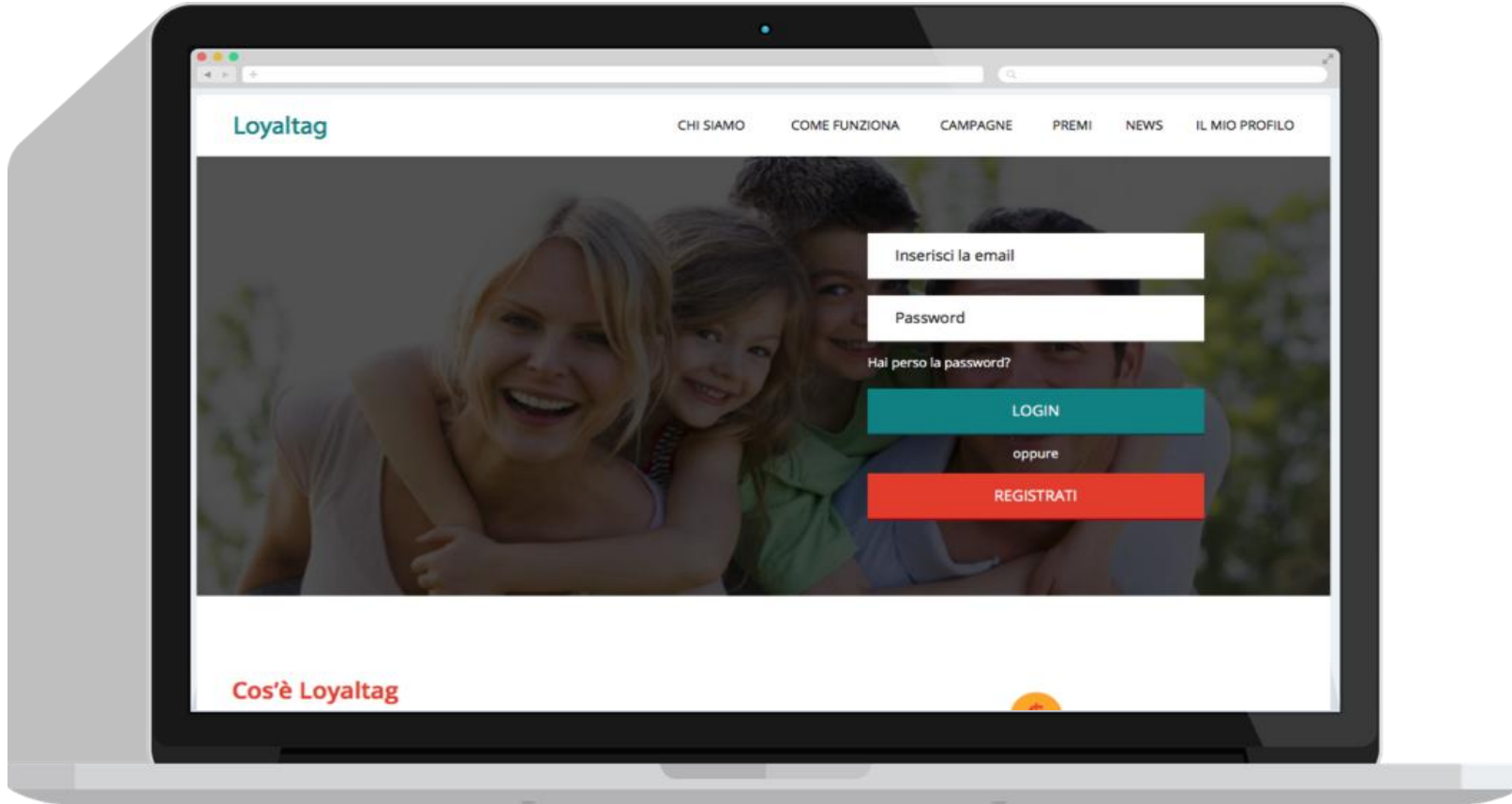
Простая механика вхождения в акцию, поддержание интереса на протяжении всего периода, гарантированные призы, интерактивность.

Приложение для смартфонов (Android + iOS)



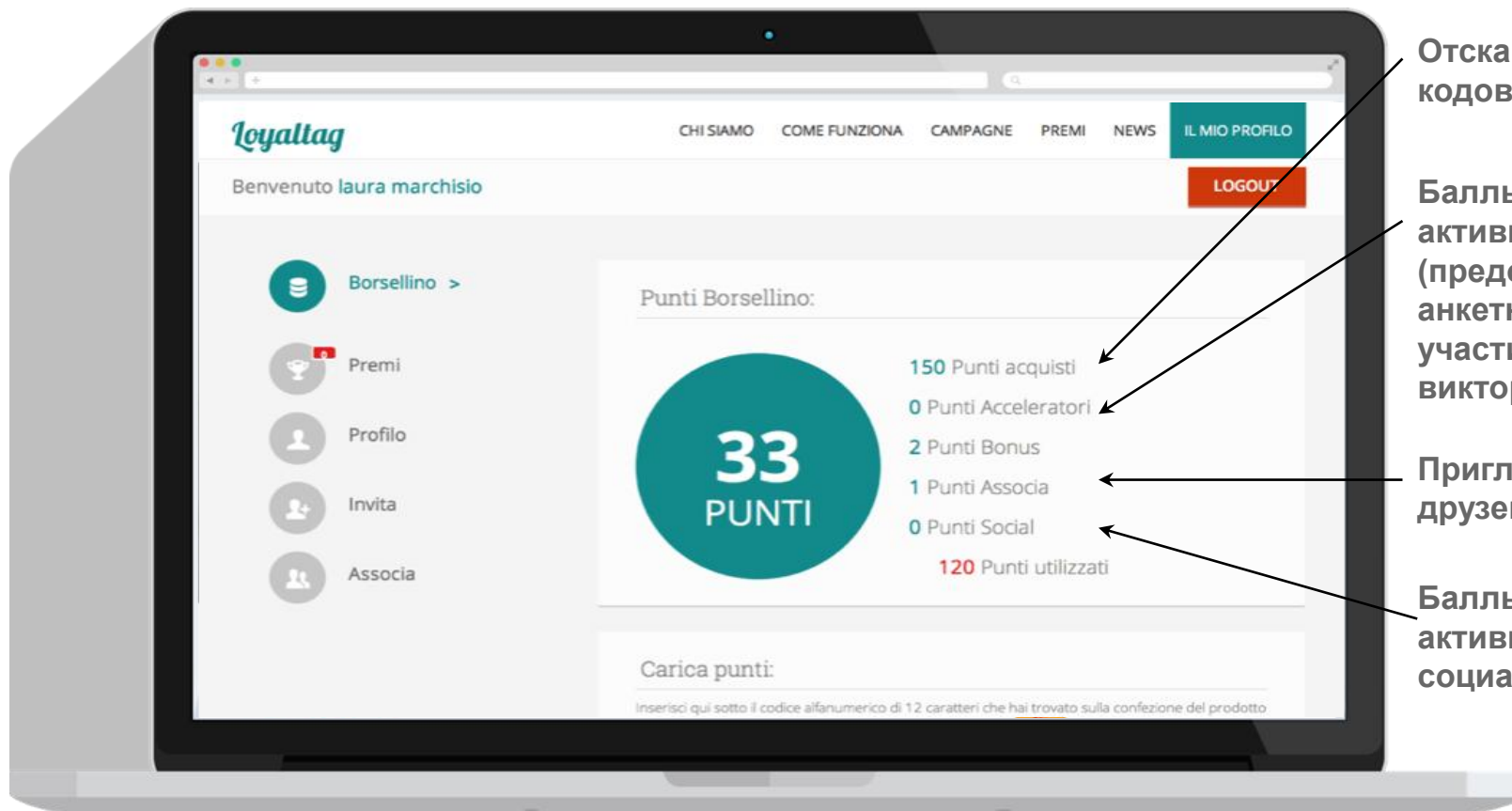
При первом считывании QR-кода будет предложено загрузить спец. приложение. Баллы, считанные при помощи устройства сразу попадают в личный кабинет.

Web-платформа



Специальный сайт для регистрации QR-кодов в личном кабинете (без смартфонов). Здесь также можно познакомиться с условиями акции, перечнем акционных товаров и призов, следить за накоплением баллов, результатами розыгрышей и новостями.

Элементы геймификации



Отсканировано QR-кодов с продуктов

Баллы за активность на сайте (предоставление анкетных данных, участие с играх, викторинах и проч.)

Приглашенных друзей

Баллы за активность в социальных сетях

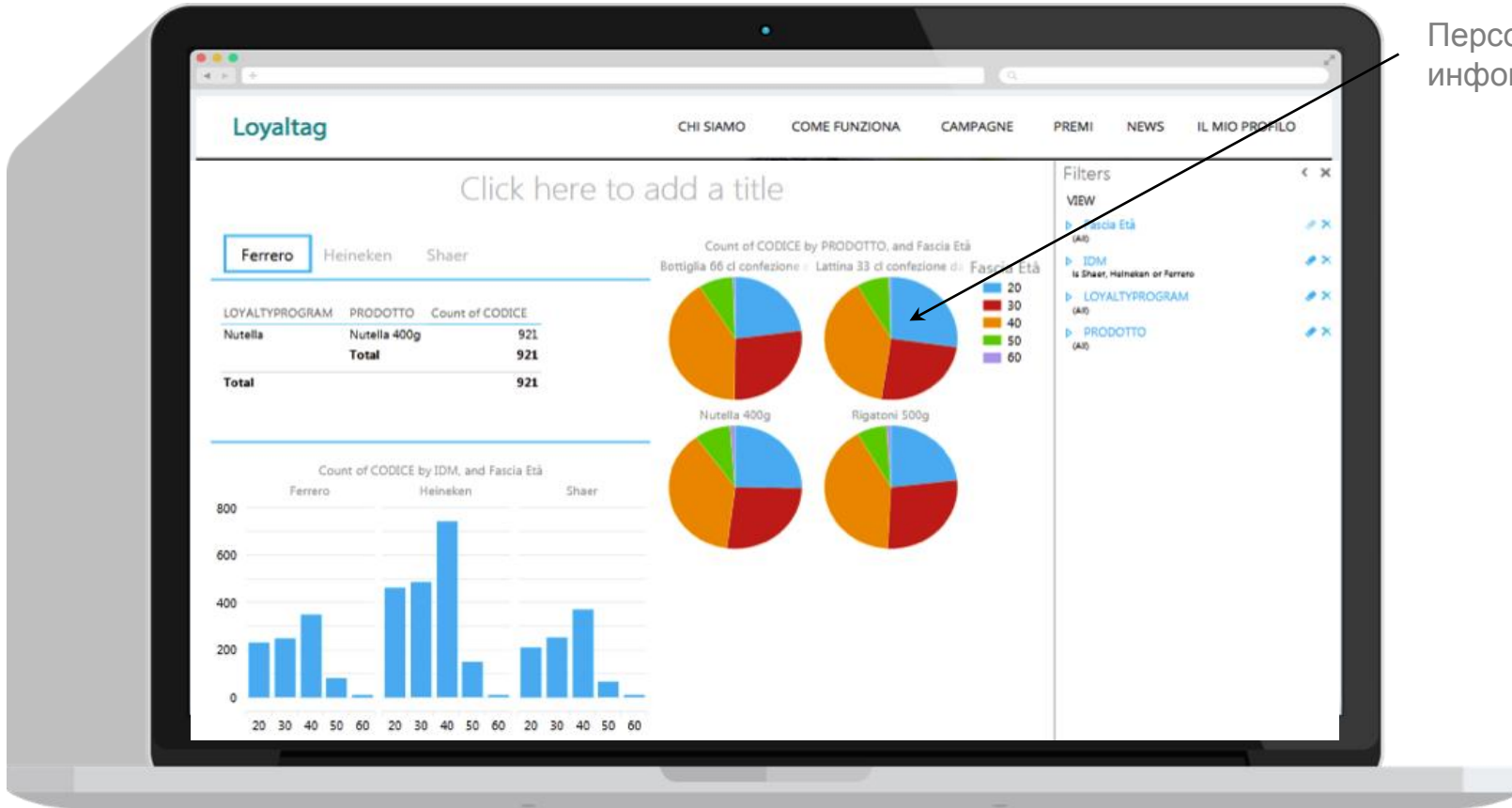
Геймификация повышает вовлечение в акцию (вирусный маркетинг) и помогает покупателям быстрее накапливать баллы и получать призы.

Лицензированные подарки



Лицензированные подарки, подкрепленные сильным медийным брендом, способны значительно усилить эффект акции и повысить привлекательность производителя.

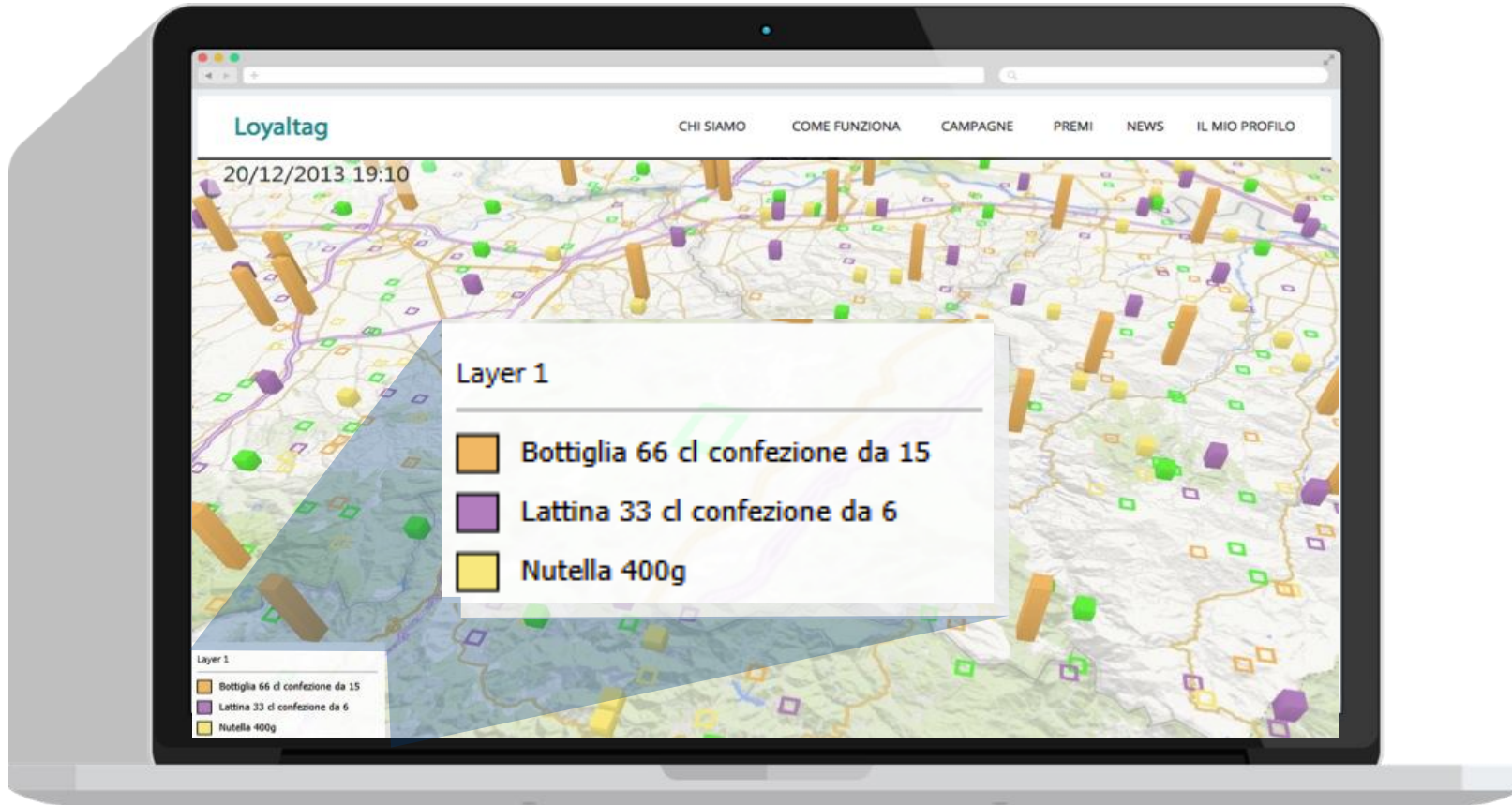
Бизнес-аналитика



Персонализированная инфографика

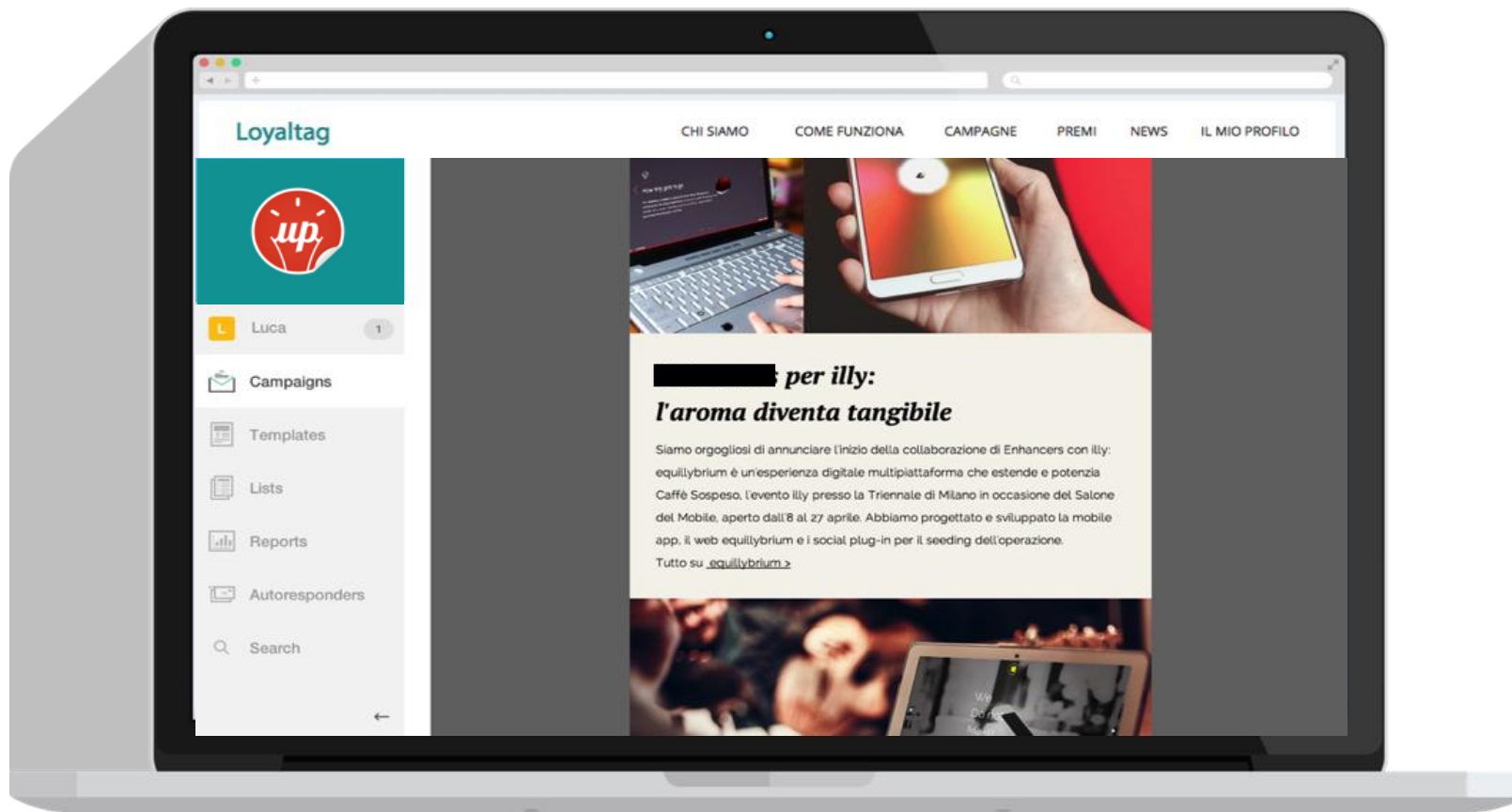
Широкий кластер бизнес-аналитики, выстраиваемая персонализированная инфографика, полные данные о потребителе. Все, что Вы хотите знать о своем покупателе: пол, возраст, частота покупок, география, предпочтения и проч.

Геолокация покупателей



Позволяет понять, где продукция FMCG-брендов продается и потребляется.

Автоматизация маркетинга



Direct mail базируется на бизнес-аналитике. Позволяет выстраивать точечный маркетинг, осуществлять рассылки интересные именно данному покупателю.

● LoyalTag – 10 «За!»

1. **Уникальный код** для каждого отдельного продукта - **отслеживание объекта**.
2. **Возможность повысить объем реализации товара** во всех сбытовых сетях.
3. **Ценные призы** акции привлекут большое количество покупателей, обеспечат высокую вовлеченность и ярко выделяют производителя на фоне конкурентов.
4. **Увеличение частоты покупок** с целью получения призов.
5. **Формирование новых покупательских предпочтений** (преимущество перед конкурентными товарами, возможность аккумулировать основные средства покупателей в своей категории, пролонгированный эффект).
6. **Формирование покупательских предпочтений внутри своей группы** (переход на более дорогие или новые продукты с большим количеством баллов).
7. **Инновационное решение** для программы лояльности (конкурентное преимущество, даст приток новых покупателей-новаторов).
8. **Получение расширенной аналитики** по покупателям: частота покупок, предпочтения, география (**персонализированная инфографика и «теплокарты»** на основе геолокации).
9. **Возможность прямой связи с конечным потребителем** через QR-коды без участия ритейлеров (точечные SMS и e-mail рассылки).
10. **Легкое управление программой. Настройка и интеграция** с системой компании.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



Moscow

Москва, ул. Большая Бронная, д. 23, стр.1, офис 309
+7 (495) 740-16-62

Milan Turin Brussels Madrid Shanghai