



Комплекс программного обеспечения
SAP CRM, SAP Marketing, SAP BW и
Predictive Analytics

Программа лояльности сети АЗС «Белоруснефть» 2020

Предпосылки выбора СИСТЕМЫ

Почему SAP?



Система продаж

Установление контакта

Посещение клиентом АЗС, вход на сайт или в мобильное приложение.

Подготовка продажи

Привлечение внимания. Информирование клиента о продукте или акции, отправка сообщения.

Аналитика. Обратная связь

Аналитика продаж. Работа с обратной связью, обращениями клиентов, отзывами в социальных сетях.

Продажа

Отпуск товара через АЗС, сайт или мобильное приложение.



Культивирование потребительских и поведенческих паттернов



Мобильный оператор

- ≠ телефонная связь
- ≥ интернет, телевидение, видео/фото/образовательные хабы, платежные сервисы т. д.

Продовольственные магазины

- ≠ продукты питания
- ≥ кулинарная продукция высокой степени готовности, выпечка хлеба, реализация товаров промышленной группы, большие данные клиентских предпочтений, субаренда

Банки

- ≠ вклады, кредиты
- ≥ мобильные сервисы, страхование, пенсионные программы, услуги брокеров

Проактивные продажи



Проактивные продажи – это современный инструмент генерации дополнительных продаж, а не скрипт навязанный оператору. Важно сохранить релевантность предложения клиенту на основе обработки истории покупок, непокупательской активности, дополнительных факторов и сформировать предложения в момент генерации чека.

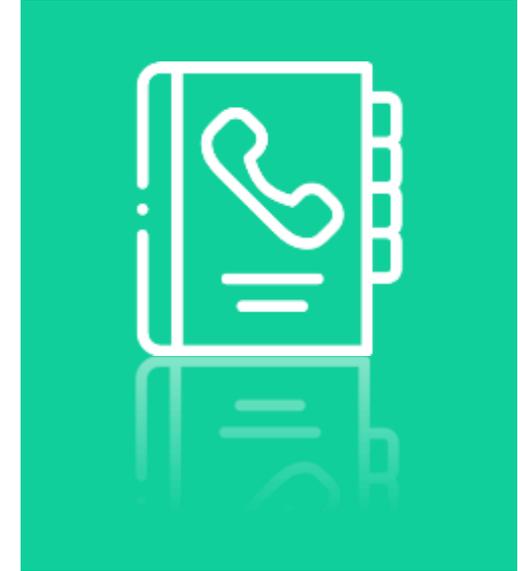
Способы идентификации клиента



**пластиковая
карта**



**QR-код в
мобильном
приложении**



**номер
мобильного
телефона**



SAP

Программное обеспечение на базе SAP 2020

B2C



Управление клиентскими данными и сегментация

Единая база клиентов

Единый профиль клиентов

Сегментация и анализ имеющейся аудитории

Персонализация



Политики лояльности

Бонусы

Скидки

Промокоды

Подарки



Предиктивная аналитика

Маркетинговые, рекламные кампании



Коммуникация с клиентами

через каналы: email, sms, push, viber, почтовые рассылки



Аналитическая отчетность



Маркетинг

Персонализация

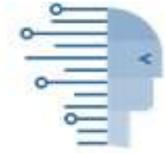


Социальные медиа

Взаимодействия (лайки, репосты, комментарии) клиентов в социальных сетях

Взаимодействия

8 каналов взаимодействия для заполнения профиля контакта

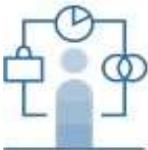
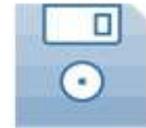


Транзакции

Информация о покупках клиентов в режиме реального времени

Исторические данные

Все данные за о покупках клиентов за N лет

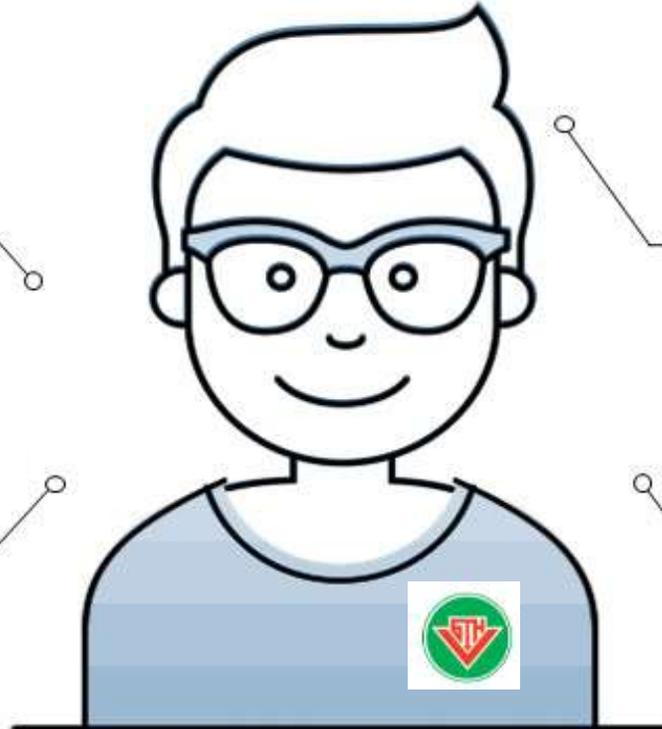


Поведение

Анализ настроения клиентов

Скоринг

Оценка на основе всех данных профиля контакта в режиме реального времени



Изучение не покупательской активности клиента

Павел Кевлич ▾

ОБЗОР ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ЛИЧНЫЕ ДАННЫЕ ДАННЫЕ ПРОИСХОЖДЕНИЯ **БАЛЛЫ** ДОВЕРИТЕЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ КОММЕРЦИЯ ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ КОМАНДА КЛИЕНТА

Выбрать оценки

Последняя активность  Давно	Оценка настроения  Нет оценки	Оценка активности  0	Число отправленных сообщений в Viber  10	Пиковый день недели щелчков...  Нет оценки	Аффинитивность Email  Средняя	Число отправленных Email  1-10	Число мягких возвратов SMS  0	Пиковое время кликов Email  Нет оценки
Пиковое время открытия Email  Нет оценки	Кликабельность Email  Нет оценки	Коэффициент возвратов Push  Нет оценки	Число отправленных Push  Нет оценки	Число жестких возвратов SMS  0	Число кликов Email  0	Число жестких возвратов Email  0	Пиковый день недели просмотра...  Нет оценки	Число доставленных SMS  0
Пиковый день недели открытия...  Нет оценки	Число доставленных Email  1-10	Коэффициент возвратов SMS  Очень низкий	Число кликов Email  0	Число открытых Email  0	Пиковое время просмотров Push  Нет оценки	Аффинитивность Push  Нет оценки	 Показатель просмотров Push   Нет оценки	Показатель просмотров Email  Нет оценки
Коэффициент возвратов...  Нет оценки	Число жестких возвратов...  0	Число мягких возвратов...  0						

Единое представление клиента



Александр Валерьевич Лойко ▾

+375297763575

смык@tut.by

ОБЗОР **ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ** ЛИЧНЫЕ ДАННЫЕ ДАННЫЕ ПРОИСХОЖДЕНИЯ БАЛЛЫ ДОВЕРИТЕЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ КОММЕРЦИЯ ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ КОМАНДА КЛИЕНТА

Сбросить фильтр

Только хорошее

Благодарность

Дни Месяцы Кварталы Годы

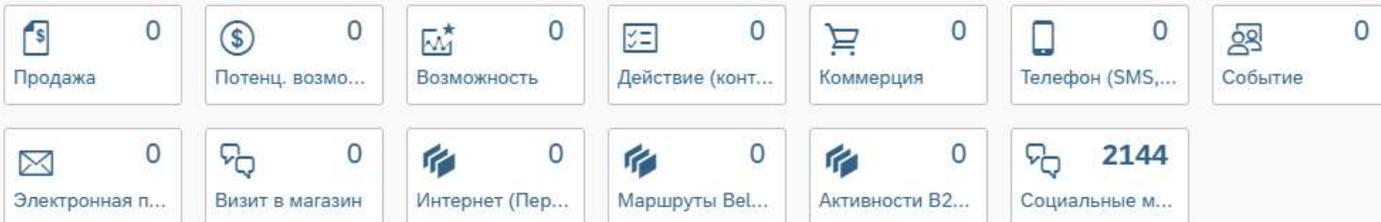


Все

Входящ.

Исходящ.

Неизвестно



Хронология

Путь

января 2020

Социальные медиа (VK, OK, Twitter)
Сегодня в 12:01
Подписка на сообщество

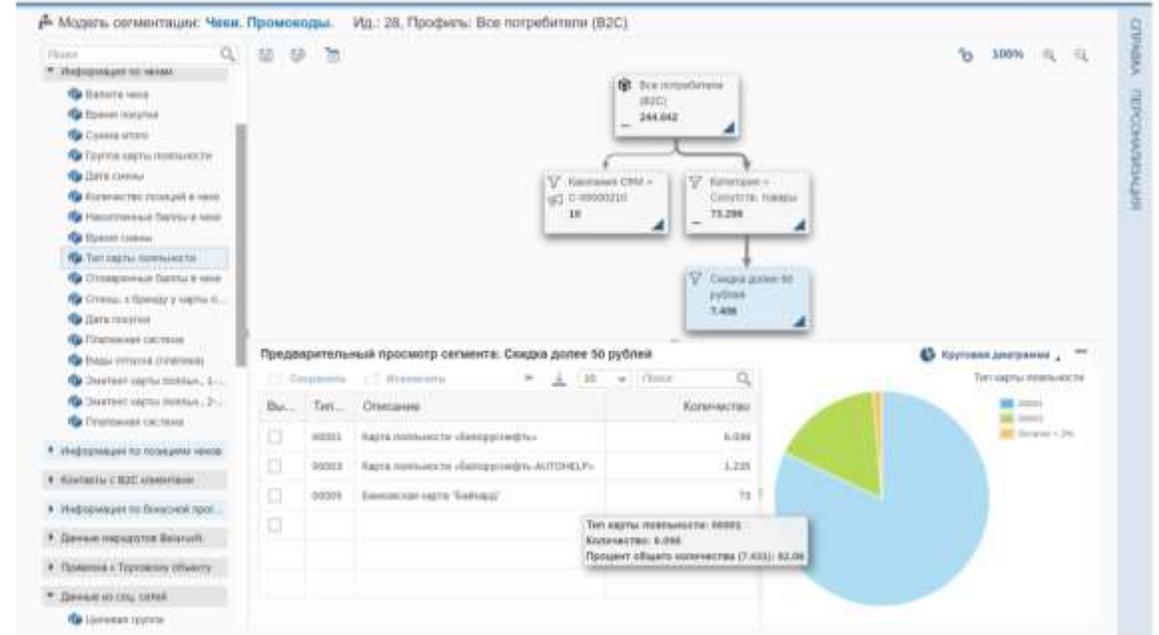
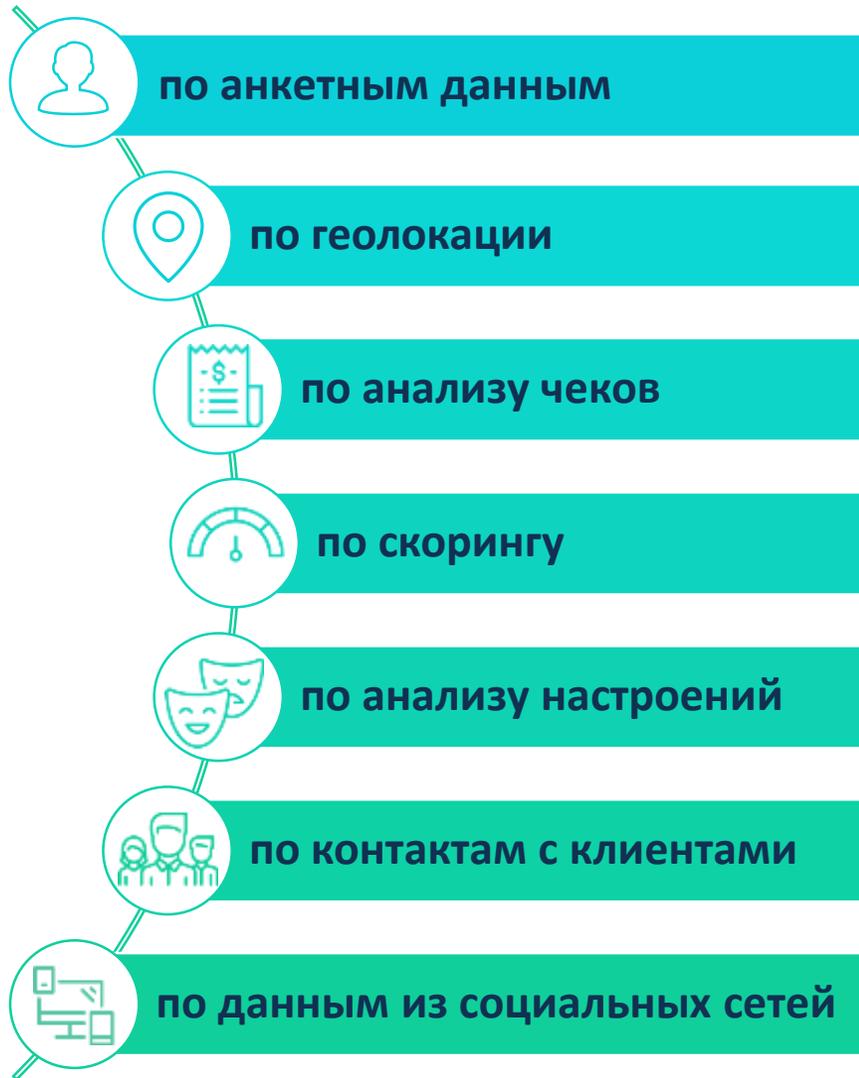
Социальные медиа (VK, OK, Twitter)
Сегодня в 12:01
Лайк

Социальные медиа (VK, OK, Twitter)
Сегодня в 12:01
Лайк

Социальные медиа (VK, OK, Twitter)
Сегодня в 12:01
Лайк

Социальные медиа (VK, OK, Twitter)
Сегодня в 12:01
Лайк

Сегментация





Управление
программой лояльности
и предиктивной
аналитикой

Механики программы лояльности

1

Начисление бонусов:

- покупка топлива, сопутствующих товаров и общепита с учетом уровня участия;
- за комбинированную покупку;
- памятные даты;
- активность в социальных сетях;
- заполнения анкеты;
- заполнения опроса.

2

Использование бонусов

3

Предоставление скидок

4

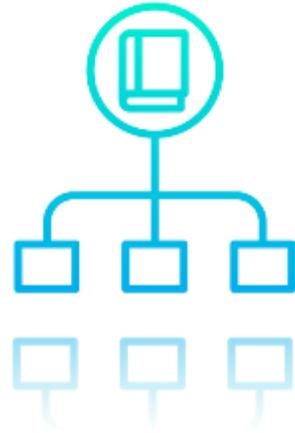
Покупка и погашение промокодов

5

Подарки и призы

Предиктивная аналитика

Две модели прогнозирования поведения клиентов:



Классификация

Основана на исторических данных покупок клиентов



Ассоциация

Основана на текущем чеке клиента и покупательском опыте совместных покупок

Предиктивная аналитика

Модель классификации

Клиент (ключ)	Клиент	Категория товара	Решение	Вероятность решения, %
0000000411	Максим Елисеев	Снеки 1.02.08	1	47,45%
0000000196	Павел Бохонко	Жевательная резинка 1.02.03	1	48,33%
0000000339	Дмитрий Третьяков	Горячие напитки 1.23	1	50,89%
0000000226	Виктор Атрощенко	Горячие напитки 1.23	1	53,91%
0000000278	Павел Вишневецкий	Горячие напитки 1.23	1	54,66%
0000000239	Сергей Волков	Горячие напитки 1.23	1	55,07%

< **Модель классификации**

Правила ассоциации

Номер правила	Предшественник 1	Предшественник 2	Предшественник 3	Последователь	Достоверность, %
10	Посуда и упаковка 1.12.04			Продукция фастфуда 1.12.01.76.0	80,44%
11	Товары для хранения и приготовления продуктов 2.13.01			Продукция фастфуда 1.12.01.76.0	25,44%
31	Продукция фастфуда 1.12.01			Посуда и упаковка 1.12.04	16,57%
6	Чипсы 1.02.04			Напитки сладкие газированные 1.10.05	16,51%
16	Кондитерские изделия мучные 1.09.02			Сахаристые кондитерские изделия 1.09.01	13,34%
5	Кондитерские изделия мучные 1.09.02			Напитки сладкие газированные 1.10.05	11,69%

< **Правила ассоциации**

Каналы коммуникации

Широкий выбор каналов коммуникации:

- Viber
- SMS
- E-mail
- Мобильное приложение
- Личный кабинет на сайте
- Push уведомления
- Почтовая рассылка
- Выгрузка для обзвона контакт-центром

Триггерные рассылки

Создание уникального индивидуального контента для каждого клиента

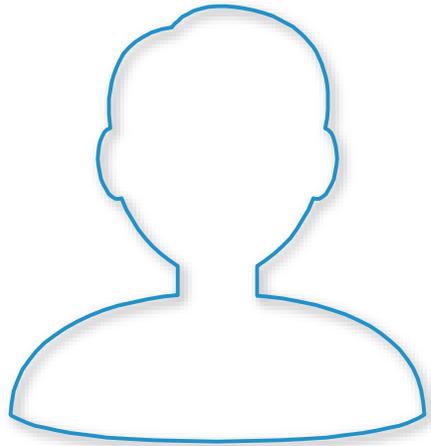
Анализ эффективности маркетинговых кампаний в разрезе каналов коммуникации



Аналитическая система

Отчет по клиентам (карточка клиента)

Полная информация о клиенте:



анкетные данные



данные о покупках



активности в социальных сетях



статус



лояльность к компании

ФРОД



выявление
злоупотреблений
операторами АЗС



топ 5 активных
операторов

ФРОД

Добро пожаловать: Надежда Классовская | Программные приложения | Предпочтения | Меню | Выход из системы

Домашняя страница | Документы | 02. Фрод

Web Intelligence | Отслеживание | Переход по иерархии | Панель фильтра | Занорозить | Структура | Чтение | Разработка

ФРОД за период с 01.12.19 по 31.12.19

Отчёт сформирован: 16 01 20 12:08:14 GMT+02:00

ПОН: РУП БЕЛОРУСНЕФТЬ-БРЕСТОБЛНЕФТЕПРОДУКТ
 АЗС:
 Оператор АЗС:
 Группа карт:
 Эмитент карты:
 Категория карты:
 Тип карты:
 Отношение к бренду:
 Значение Top n: 5

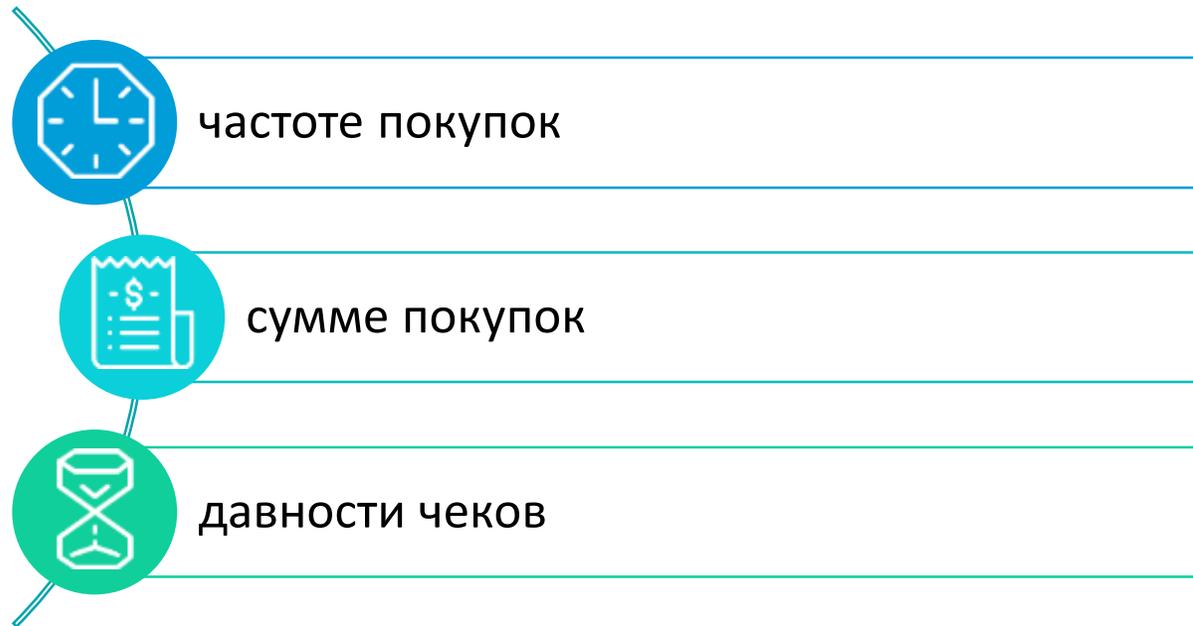
Оператор АЗС	Предприятие	АЗС	Средняя сумма начисления на 1 карту ПП, баллов	Средняя сумма начисления на 1 чек по карте ПП, баллов	Доля чеков по картам ПП от всех, %	Доля реализации по картам ПП от всех, %	Доля чеков по картам ПП у данного оператора по сравнению со всеми чеками по картам ПП на данной АЗС, %	Доля реализации по картам ПП у данного оператора по сравнению со всей реализацией по картам ПП на данной АЗС, %	Доля чеков по картам ПП у данного оператора по средней доле по данной АЗС	Доля реализации по картам ПП у данного оператора по средней доле по данной АЗС	Количество чеков по картам ПП, деленное на количество уникальных карт ПП
Кузмин А.Ф.	РУП БЕЛОРУСНЕФТЬ-БРЕСТОБЛНЕФТЕПРОДУКТ	4 АЗС	0	0	100,00%	100,00%	22,14%	23,71%	6,33	6,1	1,15
Гурин Андрей Михайлович	РУП БЕЛОРУСНЕФТЬ-БРЕСТОБЛНЕФТЕПРОДУКТ	75 АЗС г. Пинск	0	0	100,00%	100,00%	21,69%	20,00%	5,1	4,75	1,09
Михулик С.Н.	РУП БЕЛОРУСНЕФТЬ-БРЕСТОБЛНЕФТЕПРОДУКТ	40 АЗС	0	0	21,39%	23,65%	100,00%	100,00%	5	5	1,95
Дацкевич Ю.С.	РУП БЕЛОРУСНЕФТЬ-БРЕСТОБЛНЕФТЕПРОДУКТ	5 АЗС	0	0	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	5	5	1,39
Калютин Сергей Иванович	РУП БЕЛОРУСНЕФТЬ-БРЕСТОБЛНЕФТЕПРОДУКТ	63 АЗС г.Лунинец	0	0	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	5	5	2,2
Тумашин П.С.	РУП БЕЛОРУСНЕФТЬ-БРЕСТОБЛНЕФТЕПРОДУКТ	28 Кафе	0	0	100,00%	100,00%	33,25%	32,43%	4,92	2,91	1,12
Курец В.С.	РУП БЕЛОРУСНЕФТЬ-БРЕСТОБЛНЕФТЕПРОДУКТ	20 АЗС	0	0	100,00%	100,00%	94,74%	94,11%	4,91	4,9	3,65
мастер	РУП БЕЛОРУСНЕФТЬ-БРЕСТОБЛНЕФТЕПРОДУКТ	1 МАЗС	0	0	100,00%	100,00%	0,42%	0,29%	4,51	3,97	1
Данилюк Ю.В.	РУП БЕЛОРУСНЕФТЬ-БРЕСТОБЛНЕФТЕПРОДУКТ	53 АЗС	0	0	100,00%	100,00%	30,00%	30,56%	4,48	4,31	1,41
РУСАК Г.В.	РУП БЕЛОРУСНЕФТЬ-БРЕСТОБЛНЕФТЕПРОДУКТ	47 АЗС	0	0	100,00%	100,00%	29,47%	29,51%	4,45	4,1	1,36

Фрод по операторам АЗС | Фрод по АЗС

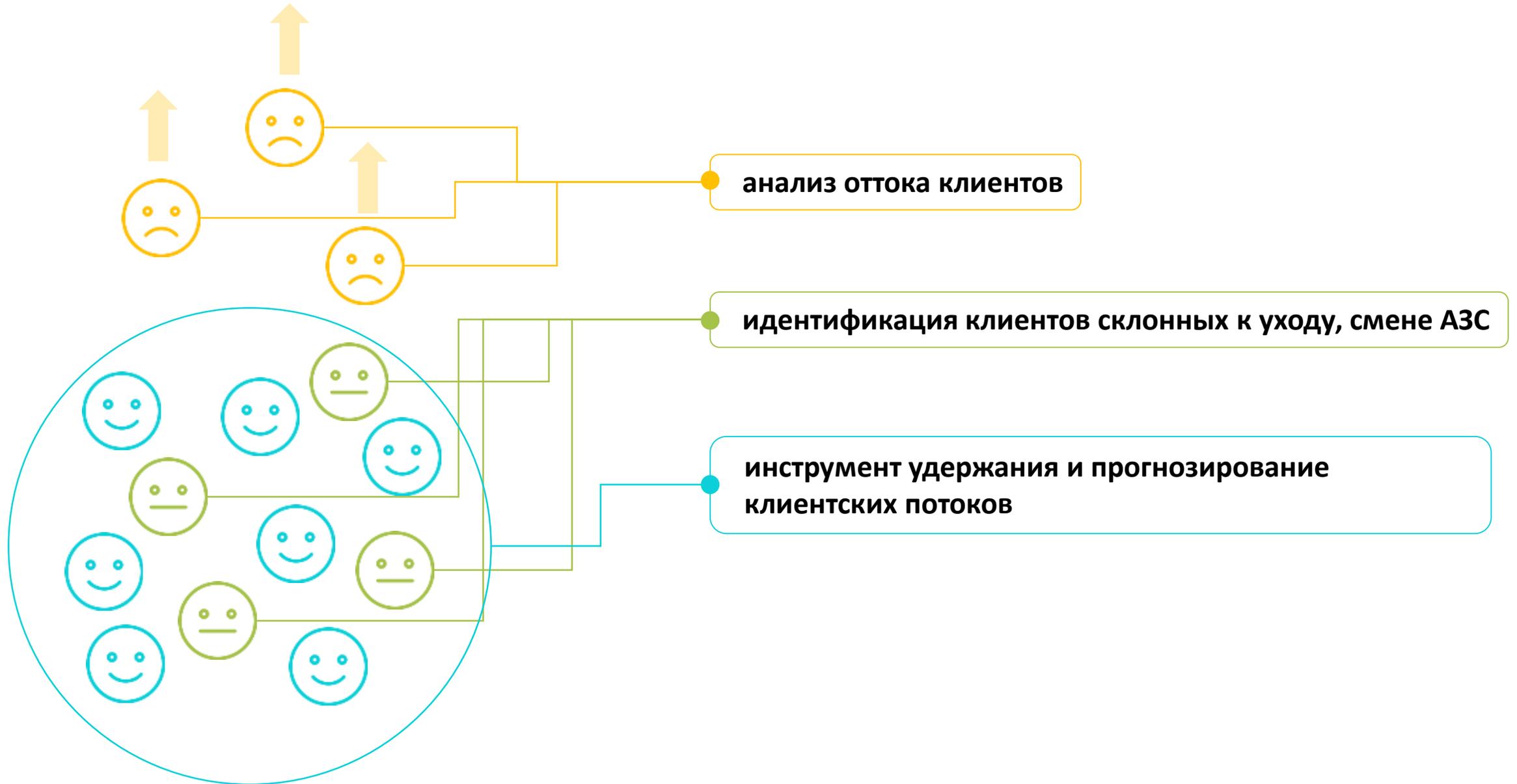
Фрод по операторам АЗС | Отслеживать изменения: Выкл. | Страница 1 из 1+ | 95 | 6 мин. назад

RFM

Сегментация клиентов по:



Дырявое ведро



Отчет по КРІ

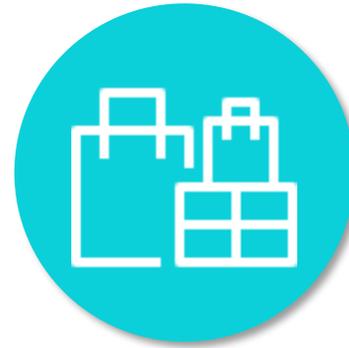
Ключевые показатели эффективности:



динамика



клиенты



реализация



предприятия



Целевые эффекты

Целевые эффекты проекта

По агрегированным отраслевым индикаторам SAP



Увеличение среднего чека участника программы лояльности на **15%**



Увеличение частоты покупок среди участников программы лояльности на **25-30%**



Увеличение объёма продаж на **10%** за счет внедрения рекомендательного сервиса



Повышение конверсии продаж сопутствующих товаров на АЗС до **10%**



Повышение вовлеченности клиентов программы лояльности в маркетинговые активности до **15%**

Благодарим за внимание!
