

Разработка и внедрение
Программ Лояльности b2b



Разработка
и внедрение
МОТИВАЦИОННОЙ
Программы Лояльности
для завода сухих
строительных смесей
«Геркулес»





Производитель сухих строительных смесей «Геркулес - Сибирь».

С 1997 г. на рынке.

География продаж: более 30 городов России.

Занимает лидирующие позиции на рынке сухих строительных смесей Сибирского ФО с рыночной долей более 30%.

По объему клеев завод «Геркулес» входит в ТОП-3 крупнейших производителей в России.

Октябрь 2013 года - внедрение бонусной мотивационной Программы Лояльности (ПЛ) по технологии «Золотая Середина».

Исходные условия

- ❖ Текущая система стимулирования сбыта: денежное поощрение дилеров (руководителя и сотрудника, совершившего продажу).
- ❖ Проблема: отсутствие контроля производителем выплаты мотивационного бонуса конечному продавцу руководителем дилерской точки -> снижение плановых показателей продаж.

Цели Программы Лояльности

Для «Геркулес»:

1. Увеличение объемов продаж продукции «Геркулес» дилерами, подключенными к программе:

- на 10% за счет внедрения мотивационной программы для их сотрудников;
- на 5%-10% за счет внедрения программы для профессиональных потребителей сухих строительных смесей.

2. Усиление бренда.

Для «Дилера»:

1. Мотивационная программа для сотрудников от производителя;

2. Увеличение объемов потребления со стороны профессиональных потребителей сухих строительных смесей за счет:

- увеличения числа повторных покупок на 20%;
- увеличения среднего чека на 15%.

ПЛ

1

2

3

Условия Программы Лояльности для менеджера дилера

Начисление:

1. При регистрации начисляются 100 подарочных бонусов;
2. 40 бонусов за продажу продукции «Геркулес-Сибирь», всегда;
3. 10 бонусов при продаже акционного товара;
4. 10 бонусов при выполнении плана продаж.



Списание:

1. 1 раз по итогам отчетного периода в сумме, кратной 1000 бонусам, с 3000 бонусов;
2. Срок жизни бонусов – до завершения ПЛ;
3. 1 бонус=1 рубль.

Оповещения:

1. Ежемесячный баланс бонусов;
2. Акции;
3. Поздравления с днем рождения;
4. Информирование о вознаграждении.



Условия Программы Лояльности для руководителя дилера

Начисление:

1. При регистрации начисляются 100 подарочных бонусов;
2. 10 бонусов за продажу сотрудниками продукции «Геркулес-Сибирь», всегда;
3. 10 бонусов при выполнении плана продаж.



Списание:

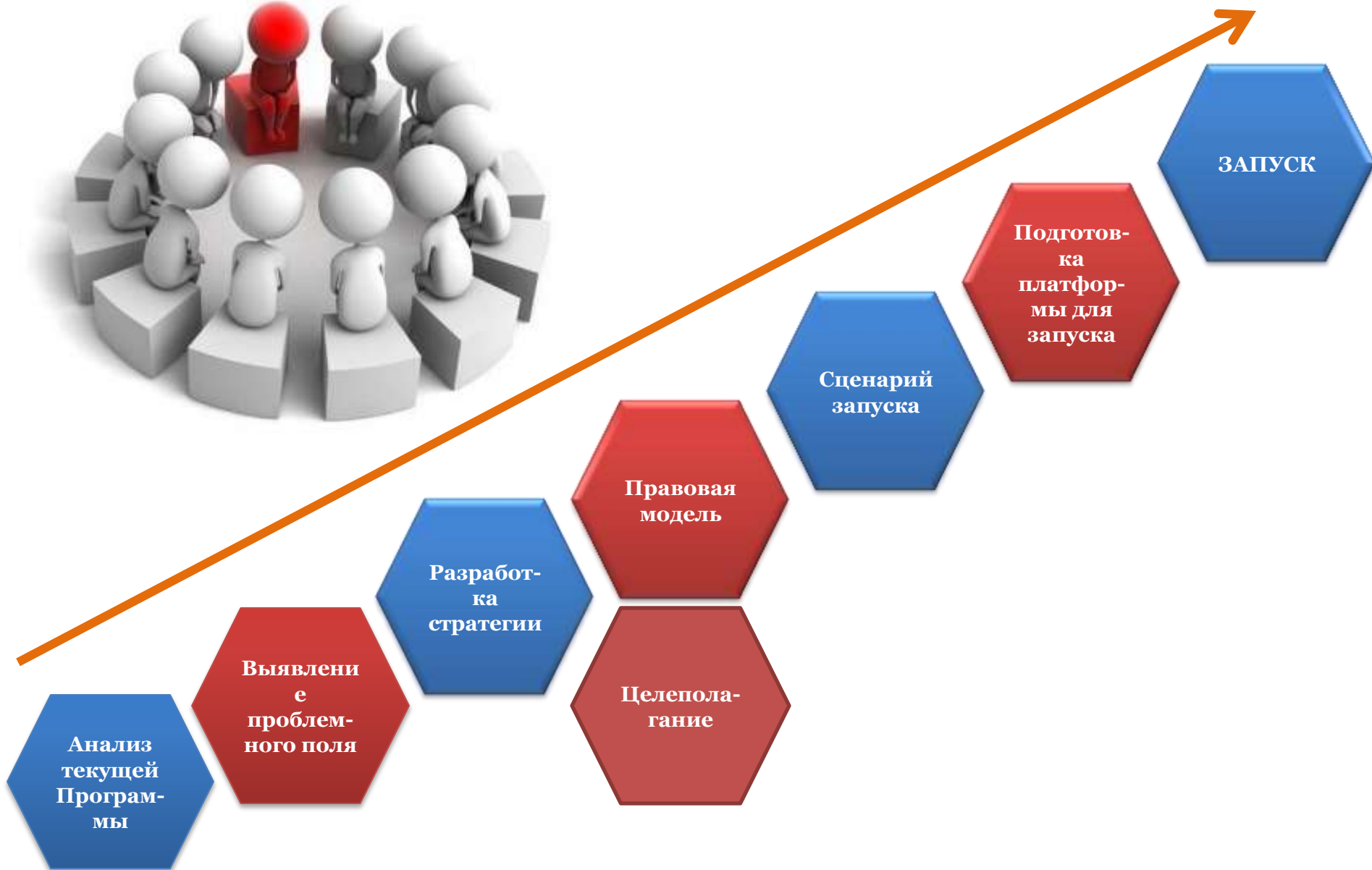
1. 1 раз по итогам отчетного периода в сумме, кратной 1000 бонусам, с 3000 бонусов;
2. Срок жизни бонусов – до завершения ПЛ;
3. 1 бонус=1рубель.

Оповещения:

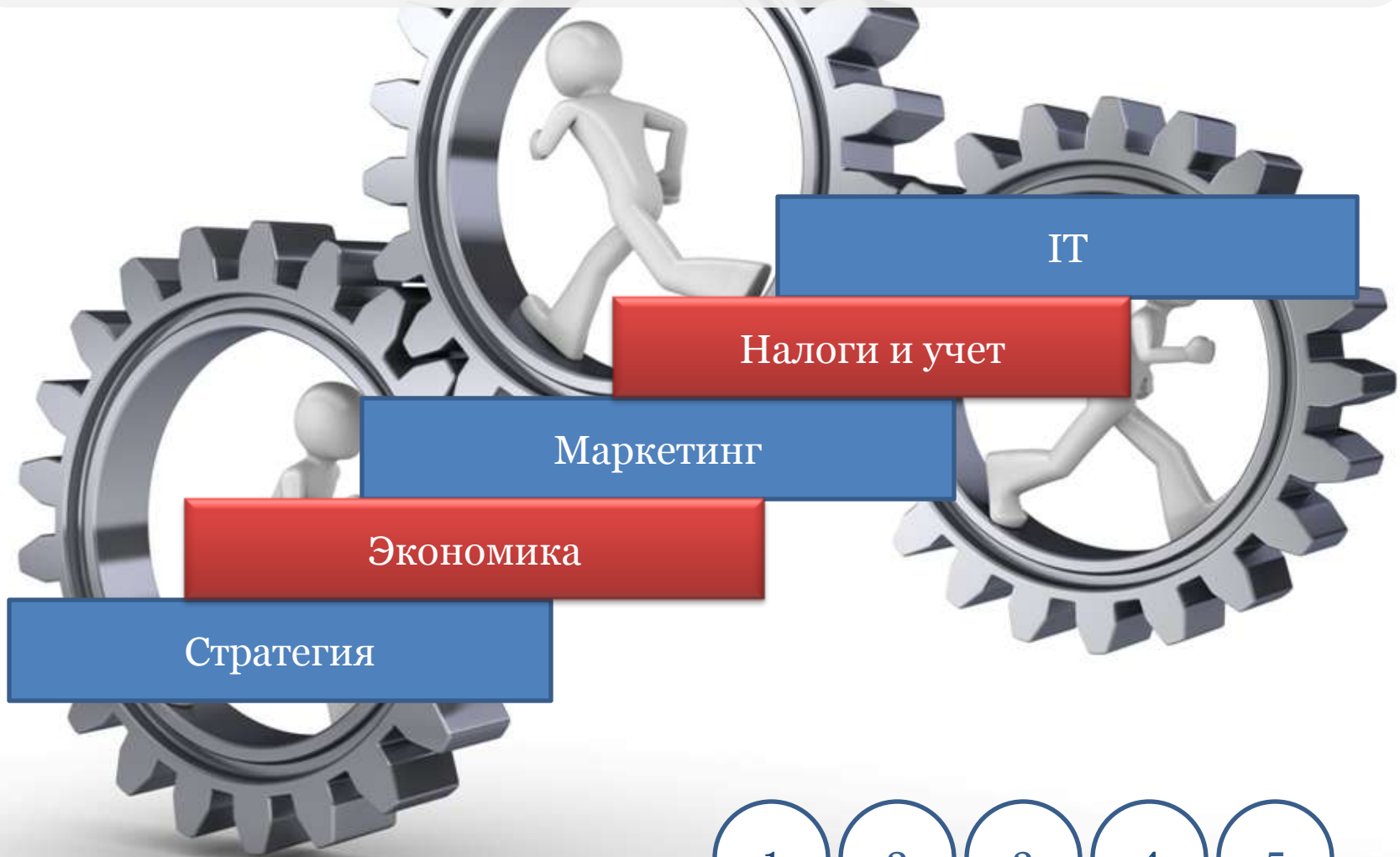
1. Ежемесячный баланс бонусов;
2. Акции;
3. Поздравления с днем рождения;
4. Информирование о вознаграждении и напоминание о сроках отчетного периода.



Этапы работ



Бизнес-блоки работ при создании Программы Лояльности



1

2

3

4

5

Стратегия

Увеличение частоты и объема продаж дилеров за счет стимулирования накоплений на картах лояльности.

1

2

3

4

5

Экономика

1. Разработана экономическая модель эффективности программы лояльности на 1,5 года.
1. Затраты на программу не превышают 1% от оборота.

1

2

3

4

5

Маркетинг

1. Разработан фирменный стиль Программы Лояльности: анкета, карта, буклет, POS-материалы.
2. Создан **Личный кабинет** на сайте gerkules.ru дилеров (для руководителей и менеджеров), который содержит:
 - количество проданных единиц продукции;
 - остаток бонусного счета;
 - персональные данные владельца карты;
 - информацию о проводимых акциях.
2. Разработана **стратегия коммуникаций с участниками ПЛ** через Личный кабинет и персональные уведомления (sms /e-mail):
 - о балансе;
 - акциях;
 - начисляемом вознаграждении;
 - поздравления с днем рождения.

1

2

3

4

5

Налоги и учет

1. Утверждена правовая и финансовая схемы Программы Лояльности.
2. Разработана структура бухгалтерской отчетности, система документооборота.
3. Разработана «Маркетинговая политика» в целях управленческого учета.

1

2

3

4

5

IT-решение

1. Проведена настройка передачи и обработки данных в CRM о продажах дилеров.
2. Разработана модель предоставления данных от дилеров с различным ПО в единой форме.
3. Настроены:
 - правила начислений бонусов по итогам продаж за месяц по менеджерам и руководителям;
 - сервисные рассылки;
 - система выплат вознаграждений;
 - автоматические отчеты.

1

2

3

4

5

Итоги за в цифрах (1.09.13-31.12.13).

1. Перевыполнение плана продаж дилерами участвующими в Программе на 16%.
2. У дилеров не участвующих в Программе, по сравнению с участниками программы, показатель выполнения плана продаж ниже на 19%.
3. Затраты на сопровождение не превысили планируемый показатель - 1% от оборота по участникам Программы.
4. Дополнительный доход превысил планируемый доход на 25%.

Дмитрий Маюров – Директор по маркетингу, ООО «Геркулес-Сибирь»



Бытует мнение, что строительный рынок очень консервативен и мало восприимчив к новым технологиям. Однако своей Программой Лояльности мы даем сигнал нашим клиентам и партнерам, что «Геркулес-Сибирь» переходит на принципиально новый уровень взаимоотношений. Наша цель – добиться партнерских отношений не просто с дилерами, но с каждым сотрудником наших дилеров.

Мы благодарны компании «Золотая Середина», вместе с которой удалось запустить действительно современный и технологичный продукт, который обеспечивает по-настоящему партнерские отношения компании «Геркулес-Сибирь» с каждым участником цепочки прохождения товара от производителя до конечного покупателя.