Программа лояльности для производственной компании «Геркулес»

ЗОЛОТАЯ СЕРЕДИНА

Разработка и внедрение мотивационной бонусной программы лояльности

Геркулес
СУХИЕ СТРОИТЕЛЬНЫЕ СМЕСИ

Производитель сухих строительных смесей «Геркулес»

С 1997г. на рынке.

Торговая сеть - 15 собственных фирменных магазинов в Сибири.

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

ПЛ

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%.

Условия Программы Лояльности для руководителя дилера

Начисление:

1. Единоразово при регистрации, начисляется 100 подарочных бонусов.
2. 10 бонусов за 100 мешков, всегда.
3. 10 бонусов за 100 мешков, при выполнении плана продаж.

Списание:

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

Оповещения:

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

Условия Программы Лояльности для менеджера дилера

Начисление:

1. Единоразово при регистрации, начисляется 100 подарочных бонусов;
2. 40 бонусов за 100 мешков, всегда;
3. 10 бонусов за 100 мешков, при продаже акционного товара;
4. 10 бонусов за 100 мешков, при выполнении плана продаж.

Списание:

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

Оповещения:

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

Этапы работ

Анализ текущей Програм-мы

Выявление проблем-ного поля

Разработ-ка стратегии

Целепола-гание

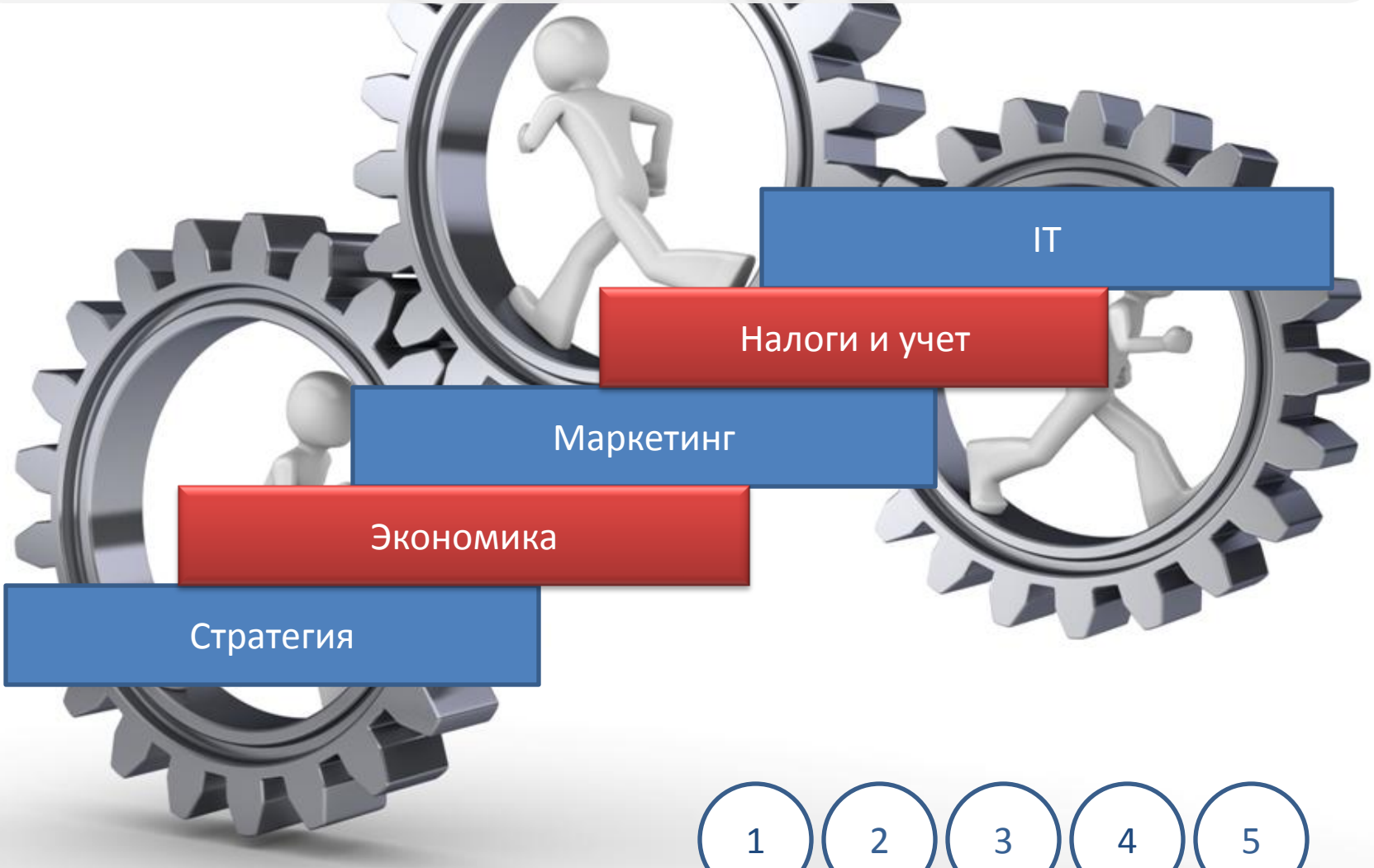
Правовая модель

Сценарий запуска

Подготов-ка платфор-мы для запуска

ЗАПУСК

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;

2. Затраты на программу не превышают 1% от оборота.

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;
   - Информация 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.

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.

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.

Развитие Программы Лояльности 2013-2014: задачи и мероприятия

1. Увеличение числа дилеров , участвующих в Программе Лояльности, до 25 компаний;

2. Выполнение дилерами плановых показателей Программы Лояльности;

3. Подключение к Программе Лояльности конечных потребителей сухих строительных смесей.

Хотите узнать подробнее?

KSL@seredina.ru

8 (383) 274-93-93

8 (495) 632-74-57

8 (800) 200-35-03

seredina.biz – о разработках и авторских технологиях ГК «Золотая Середина»

seredina.ru – о Коалиции «Золотая Середина»