



Разработка и внедрение  
бонусной программы лояльности  
для интернет-провайдера  
«Телемир»  
(г.Липецк)





## Интернет-провайдер «Телемир»

Более **10 лет** на рынке.

Абонентами оператора являются свыше  
**60 000** семей г. Липецк.

**Май 2013 года** – присоединение к дисконтно-  
- бонусной Коалиции «Золотая Середина».

# Исходные условия

❖ Текущая система стимулирования сбыта:

бонусная локальная программа.

❖ Проблема:

бонусы клиенты могли потратить только в «Телемир», что снижало их потребительскую ценность, бонусы не использовались.

# Цели Программы Лояльности для «Телемир»

ПЛ

снижение оттока абонентов

повышение привлекательности  
бренда и предлагаемых пакетов  
услуг

# Условия Программы Лояльности

## Начисление:

- ❖ Начисление бонусов за оплату услуг компании «Телемир» происходит, начиная с 1-го месяца оплаты:
  - по картам «**Classic**» в размере 5% от суммы,
  - по картам «**VIP**» в размере 10% от суммы.
- ❖ Количество карт «VIP» составляет не более 2% от общего числа карт. Карты «VIP» доступны абонентам, пользующимся тарифами, находящимися на вершине стоимостной линейки услуг, а также абонентам, которым до внедрения программы лояльности ГК «Телемир» предоставлял скидку 10-20%.
- ❖ Единственным условием является непрерывное пользование услугами «Телемир». При замене старых карт на новые – накопленные бонусы зачисляются на новый бонусный счет.

## Списание:

1. Срок жизни бонусов – 1 год;
2. 1 бонус=1рубель.
3. Бонусный счет абонента функционирует по принципу FIFO (first-in - first-out): первыми списываются бонусы, начисленные ранее остальных.

# Бизнес-блоки работ при создании Программы Лояльности

IT

Налоги и учет

Маркетинг

Экономика

Стратегия

# Выполненные работы

1. Разработана **фирменная карта** Программы Лояльности.
2. Обеспечена **информационная поддержка** Программы Лояльности (POS-материалы, каталоги, информационные стойки в магазинах Программы, сайты Программы).
3. Разработана **стратегия коммуникаций с участниками ПЛ** через персональные уведомления (sms).
4. Утверждена **правовая и финансовая схемы** Программы Лояльности.
5. Разработана **структура бухгалтерской отчетности, система документооборота**.
6. Разработан **IT-модуль «SOFT-Терминал»** для интеграции транзакций по картам через web-интерфейс между CRM «Телемир» и CRM КСЛ «Золотая Середина».



# Развитие Программы Лояльности 2013-2014: задачи и мероприятия

- **Охват клиентов:**
  - Количество активных участников к концу 2013 г. должно составить не менее 20000 держателей карт.
- **Повышение вовлеченности участников в ПЛ:**
  - Удержание доли списываемых бонусов на высоком уровне (не менее 60% к начисленным за тот же период).
  - Снижение уровня оттока клиентов.
- **Подключение банка-партнера** (выпуск банковской карты, функционирующей в Коалиции «Золотая Середина»).

# Хотите узнать подробнее?

[KSL@seredina.ru](mailto:KSL@seredina.ru)

8 (383) 274-93-93

8 (495) 632-74-57

8 (800) 200-35-03

[seredina.biz](http://seredina.biz) – о разработках и авторских технологиях ГК «Золотая Середина»

[seredina.ru](http://seredina.ru) – о Коалиции «Золотая Середина»