

Чек-лист

Акции для постоянных клиентов

40 способов удерживать постоянных клиентов
с помощью акционных механик



Чек-лист будет полезен, если у вас уже есть бизнес и накопилась клиентская база. Проверьте, все ли вы делаете, чтобы монетизировать эту базу и стимулировать повторные продажи.

Содержание

Почему важно делать клиентов постоянными	3
Скидки и промокоды	4
Бонусы	6
Подарки	7
Реферальные программы	8
Сервис	9
Бонус: правила общения, которые помогут удерживать клиентов	11

Почему важно делать клиентов постоянными

Вот почему выгодно, когда клиенты возвращаются к вам за покупками:

- ◆ Снижаются расходы на рекламу и маркетинг: привлекать клиентов обычно дороже, чем подталкивать к повторным покупкам;
- ◆ Клиент с меньшей вероятностью купит у ваших конкурентов — ваша позиция на рынке становится крепче;
- ◆ Даже если конкуренты снизят цены, клиенты вряд ли уйдут к ним, если уже являются вашими лояльными покупателями.

Чтобы делать клиентов постоянными, удерживайте их с помощью таких инструментов:

- ◆ Скидки и промокоды
- ◆ Бонусы
- ◆ Подарки
- ◆ Реферальные программы
- ◆ Сервис

Обратите внимание, что для работы с постоянными клиентами потребуются инструменты:

- ☐ **CRM-система** — чтобы учитывать клиентов и их покупки, отправлять им сообщения.
- ☐ **Программа лояльности** — чтобы учитывать повторные покупки, назначать скидки, бонусы.

Если у вас они есть, переходите к списку возможных акций.

Скидки и промокоды

Это механики, которые снижают цену товаров или услуг для клиента, если он обратится повторно или выполнит определенные условия.

- ☐ **Скидка X% на будущие покупки при определенном размере чека**
Например: «Если купили товаров на сумму 500 ₽ и больше, получаете скидку 10% на следующую покупку».
- ☐ **Скидка при покупке нескольких товаров**
Например: «Купите от трех и больше товаров за один раз и получите скидку 15%».
- ☐ **Постоянная скидка на любые покупки за подписку, регистрацию или сбор контактных данных**
Например: «Зарегистрируйтесь в нашем интернет-магазине, чтобы навсегда получить скидку 1% на любые товары».
- ☐ **Повышенный кэшбэк на разные категории товаров**
Кэшбэк — это отсроченная скидка в виде баллов или реальных денег: покупатель тратит полную сумму на покупку, но продавец со временем частично возвращает ее на счет клиента. Например: «Кэшбэк до 15% на одежду, обувь и аксессуары, или кэшбэк до 25% на бытовую технику».
- ☐ **Промокод на скидку на конкретную категорию товаров**
Например: «Покупайте товары из категории „Бытовая техника“ со скидкой 15% по промокоду 12345».
- ☐ **Промокод на вторую покупку**
Например: «При покупке мультиварки VarjuSam дарим промокод, который позволит выбрать любую кулинарную книгу на сумму не более 500 ₽».
- ☐ **Скидка на «любимый товар» — одну или несколько позиций, которые выбирает покупатель**
Например: «Выбирайте сами, на какой товар получить скидку. Для этого укажите артикул любимого товара в специальной форме при заказе».

- ☐ **Скидка за приобретение товара в определенный срок и на нужную сумму**
Например: «Купите товары в период с 10 по 20 ноября на 5 000 ₽ и получите скидку в 20% на следующую покупку».
- ☐ **Скидка на товары, которые покупатель собирался купить, но не сделал этого: не решился или позиций не было в наличии**
Например: «Вы добавляли в „Избранное“ вот эти товары..., но их не было в наличии. Теперь они появились в магазине, успеете купить со скидкой 10%».
- ☐ **Скидка за скорость или тип оплаты**
Например: «Оплатите покупку картой на сайте и получите скидку 5%».
- ☐ **Скидка на сопутствующие товары**
Например: «При покупке беспроводной клавиатуры скидка на мышку 15%».

Многоуровневые программы скидок

Это механики, которые позволяют клиенту постепенно увеличивать размер скидки, покупая товары в одном и том же магазине.

- ☐ **Скидка X% при накопленной сумме заказов N ₽**
Например: «Ваша постоянная скидка вырастет до 5%, когда вы купите товаров на сумму 10 000 ₽ — это ступень 1. На сумму 20 000 ₽ — 10% — ступень 2. На сумму 30 000 ₽ — 13% — ступень 3».
- ☐ **Разные скидки для разного уровня клиентов**
Например: «Для постоянных клиентов у нас существует 4 уровня накопительной скидки: скидка начального уровня — 5%, чтобы получить такую скидку, нужно потратить на сервисе любую сумму до 10 \$, скидка начального уровня — 10%, потратить до 20 \$ или пополнить баланс на 50 \$...».

Бонусы

Бонусы — это баллы, которые клиент получает за покупку или действия в бизнесе. В будущем он может потратить баллы на новые товары и услуги.

☐ Сгорающий бонус на следующую покупку

Например: «Спасибо за покупку! Начислили вам на карту 1000 бонусов — их можно использовать до...»

☐ Начислить приветственные бонусы за регистрацию в программе лояльности

Например: «Спасибо вам, что выбрали нашу программу лояльности. В подарок за доверие к нам дарим 100 бонусов, которые вы можете потратить на любую покупку».

☐ Бонусы за выполнение разных простых заданий

Например:

- ◆ Установить приложение на смартфон +5 баллов
- ◆ Оформить 5 заказов +5 баллов
- ◆ Купить товар, отмеченный звездой +5 баллов
- ◆ Купить товаров на сумму 5 000 ₽ +5 баллов

Накопленные баллы обменяйте на рубли по курсу: 1 балл = 1 ₽

☐ Двойные бонусы за покупки в определенные дни

Например, прислать СМС или письмо о том, что 10 декабря за любые покупки начисляются двойные баллы.

☐ Карточка «Каждый X товар в подарок»

Например, если клиент купит у вас 5 чашек кофе, то 6-ой в подарок. За каждый купленный кофе, продавец ставит печать на карточке.

☐ Дополнительные баллы на День рождения

Например: «Поздравляем вас с Днем рождения и дарим 500 баллов».

Подарки

Это акции, которые позволяют клиенту получить дополнительную ценность за покупки или выполнение определенных действий.

☐ **При покупке товара второй такой же в подарок**

Например: «Купите 4 сменных лезвия для бритвы и пятое получите в подарок».

☐ **Подарок при покупке N товаров**

Например: «Купите в любом из наших строительных магазинов 10 товаров за один раз и получите в подарок удобный кейс для хранения расходных материалов».

☐ **Подарок при покупке товаров на сумму X ₽**

Например: «Купите продуктов на сумму 3 000 ₽ и получите бутылку шампанского в подарок».

☐ **Подарок при оформлении первого заказа**

Например: «За первую покупку любой книги дарим набор стильных закладок, чтобы вы всегда знали, где остановились в прошлый раз».

☐ **Подарок без условий в честь какой-то важной даты**

Например: «Вы уже год с нами — и у нас для вас подарок. Заходите в личный кабинет и забирайте бесплатно электронную книгу».

☐ **Розыгрыш закрытого мастер-класса или подарка при покупке курса или товара**

Например: «Купите любую микроволновку и участвуйте в розыгрыше мастер-класса по приготовлению полезных завтраков».

☐ **Пробники новых товаров внутри обычного заказа — подойдет для магазинов косметики или питания**

Например: «Раз в месяц мы кладем внутрь посылки с заказом коробочку с новыми сладостями на пробу».



Реферальные программы

Это акции, которые позволяют клиенту получить дополнительную выгоду, если он распространяет информацию о вашем бизнесе или приводит новых покупателей.

☐ **За регистрацию по ссылке приглашенный человек и вы получите скидку X% на покупку / X бонусов на карту**

Например: Скопируйте реферальную ссылку в личном кабинете и поделитесь ею с людьми. Если по вашему совету кто-то станет нашим клиентом, вы оба получите единоразовую скидку 10%.

☐ **Если ваш знакомый оплатит любой первый заказ, вы получите на свой счет X ₽**

Например: «Делитесь реферальной ссылкой. Если по ней придет человек и сделает заказ в нашем магазине, то мы пополним ваш счет на 100 ₽».

☐ **Бонусные баллы за рекомендацию**

Например: «Пригласите друга по специальной реферальной ссылке, которая есть в вашем личном кабинете. Если друг регистрируется, то мы начислим вам 30 бонусных баллов».

Сервис

Это механики, которые позволяют клиенту получить более качественное обслуживание за повторные покупки или выполнение определенных действий.

☐ Приглашение в закрытое сообщество

Например: «Вступайте в группу в соцсетях / мессенджере, чтобы первыми получать доступ к распродажам, эксклюзивным скидкам и предложениям, а также розыгрышам и подаркам от партнеров».

☐ Бесплатная курьерская доставка для заказов от определенной суммы

Например: «При заказе любого товара на сумму от 3 000 ₽ мы доставим его бесплатно по всей России».

☐ Ранний доступ к выгодным предложениям и распродажам

Например: «Для вас „Черная пятница“ начинается на неделю раньше».

☐ Приоритетная линия поддержки в любое время

Например: «Обращайтесь по горячей линии поддержки не только в рабочее время, но и ночью, потому что для вас мы работаем 24/7».

☐ Консультация по подбору товаров с экспертом

Например: «Раз в месяц у вас есть возможность проконсультироваться с нашими экспертами. Они помогут вам подобрать нужный товар и ответят на любые вопросы».

☐ Предложения от партнеров

Например: «В разделе „Наши партнеры“ собираем выгодные предложения и акции от наших друзей для вас».

☐ Увеличенный срок возврата товара

Например: «Для своих увеличиваем срок возврата товара до 60 дней вместо 30».

☐ Выгодные условия при заключении долгосрочного договора

Например: «Абонемент в спортзал на месяц стоит 2 000 ₽, а сразу на год — 15 000 ₽».

☐ **Закрытые розыгрыши и сюрпризы**

Например: «Раз в месяц мы разыгрываем среди постоянных покупателей призы и купоны разного номинала на покупку товаров в нашем магазине».

☐ **Льготные условия у партнеров**

Например: «Получите дисконтную карту, которая позволит вам экономить в магазинах наших партнеров».

☐ **Дисконтное участие в мероприятиях партнеров**

Например: «Получите возможность проходить мастер-классы и тренинги у наших партнеров со скидкой до 50%».

Бонус: правила общения, которые помогут удерживать клиентов

Эти рекомендации позволят вам дольше удерживать постоянных клиентов.

- 1) Научите своих сотрудников встречать покупателей: вежливо здороваться и улыбаться. Покупатель никогда не может быть помехой, ни по телефону, ни при личной встрече.
- 2) Подробно и участливо отвечайте на вопросы покупателей, даже если они регулярно спрашивают об одном и том же.
- 3) Позвоните клиенту через пару дней после серьезной покупки и спросите, все ли хорошо. Если нужно, предложите помощь.
- 4) Каждый раз когда напоминаете о себе постоянному клиенту, не забудьте упомянуть новый продукт, услугу или рассказать о распродаже.
- 5) Старайтесь быстро исправлять ошибки. Клиент, который получит негативный опыт, не только не станет постоянным, но еще может отговорить потенциальных покупателей.
- 6) Рассказывайте обо всех акциях для постоянных клиентов. А иначе клиент никогда и не узнает, сколько вы готовы ему дать, если он останется с вами.