

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.