

Примеры использования системы лояльности в ресторане

Немцан Михаил

Руководитель проекта

mnemtsan@iiko.ru



О чем пойдет речь?

- Привлечение гостей
- Удержание гостей
- Возврат гостей
- Повышение среднего чека
- Управление спросом

Привлечение гостей

Купоны

Механика: ресторан выпускает купоны, распространяет их. Гость приходит с купоном, кассир/оператор применяет его. Система применяет условие акции (подарок, скидка, бонус)

Результат: новые гости. Точная оценка эффективности рекламы.

Примеры:

- Кофейня договорилась с сотовым оператором – в каждый новый контракт вкладывается купон на бесплатную чашку кофе. Отслеживается конверсия
- Служба доставки вкладывает по 2 купона на каждый заказ. Купон дает бесплатное блюдо, но только на 1-й заказ.
- Ресторан раздает купоны на скидку через промоутеров. Купоны помогают привлечь гостей и отследить эффективность промоутеров

Привлечение гостей

Акции с интеграцией

Механика: служба доставки разрабатывает акцию на первый заказ. Акция публикуется в Интернет, на каждый канал вешается своя метка, которая передается в iikoCard. Гость видит подарок на сайте.

Результат: Повышается конверсия рекламы, Вы знаете эффективность источников.

Примеры:

- Ресторан рекламируется в городской группе, при заказе с этой группы сайт автоматически добавляет в заказ подарок.
- Мобильная реклама через target.Mail. При первом заказе через мобильное приложение доступен набор по специальной цене

Привлечение гостей

Отзывы и рекомендации

Механика: ресторан оповещает гостей о том, что за размещение публичных отзывов и рекомендации друзьям начисляются бонусные баллы.

Результат: Ресторан получает качественные отзывы и дешевое продвижение в соц.сетях. Гости приводят друзей.

Примеры:

- Доставка начисляет по 200 баллов за каждый публичный отзыв в соц.сетях.
- Ресторан дает 250 баллов тем, кто порекомендовал и тому, кто пришел по рекомендации.

Удержание гостей

Бонусная программа

Механика: часть суммы гостя на его бонусный счет. Бонусами можно оплатить часть следующего заказа.

Результат: повышается конверсия гостей в постоянных. Оцифровка гостей и их истории посещений. Возможность компенсации негативных ситуаций бонусами.

Примеры:

- Служба доставки с бонусной системой. 5% с заказа. 300 бонусов, если курьер опоздал более чем на 15 минут. 200 бонусов за отзыв.
- Ресторан с пороговой бонусной системой. 5% - если гость потратил менее 10 000 р в мес, 7% -от 10 000 до 20 000, 10% - выше 20 000 р. Доп.бонусы за новые блюда

Удержание гостей

Сбор информации и персонализация

Механика: ресторан собирает информацию о гостях и использует её в коммуникациях и акциях.

Результат: повышается эффективность акций. Вы тратите меньше на рекламу и повышаете лояльность клиентов.

Примеры:

- Ресторан делает закрытые дегустации, на которые приглашает ТОП-30 клиентов по выручке за последний месяц
- Служба доставки помечает клиентов, к которым опоздали, подсказывает об этом операторам при следующем заказе и дарит подарок-извинение.
- Сеть SPA выбирает тех, кто ходит хотя-бы 2 раза в месяц за последний год и предлагает им бонусные доп.процедуры на следующий визит

Удержание гостей

Коммуникация после заказа

Механика: iikoCard передает информацию о новых гостях в AmoCRM, Amo контактирует с гостем по почте, Telegram, Viber, Вконтакте, Google, Яндекс (омниканальность)

Результат: повышается конверсия гостей в постоянные

Примеры:

- После того как гость сделал заказ в сервисе здорового питания ему на почту отправляется цепочка писем (1 письмо в неделю), которая разъясняет концепцию сервиса и правильного питания.
- Через день после того как гость сделал доставку ему в Viber/Telegram пишет бот, который делает опрос по качеству доставки

Удержание гостей

Подписка

Механика: Вы выбираете блюда, которые гости покупают регулярно (ланчи, кофе, пицца).
Формируете предложение «купи N блюд по предоплате со скидкой»

Результат: Предоплаты. Формируется привычка заказывать у Вас.

Примеры:

- Сеть кофеен запустила «кофейный абонемент». Гость покупает абонемент на 10 чашек кофе со скидкой 30%.
- Столовая продает абонемент на ланчи – 20 ланчей по цене 17
- Сеть салонов красоты продает абонементы на месяц, 3 месяца, год – каждый месяц не более 5 процедур.

Возврат гостей

Сгораемые бонусы и подарки

Механика: Ресторан заводит отдельный бонусный счет, на который начисляет гостям баллы, которые надо потратить за неделю.

Результат: гости возвращаются и делают заказ

Примеры:

- Ресторан отправляет тем, кто не был 2 месяца 500 баллов, которые можно потратить на новые блюда при заказе в течение недели.
- Служба доставки показывает «дезертирам» в соц.сетях и Интернет (РСЯ + КМС) предложение заказать и получить подарок. Механика включается автоматически, если гость не заказывал 2 месяца.
- Бар зовет через смс на мероприятие и обещает 1 бесплатный коктейль тем, кто не был более месяца.

Возврат гостей

Автоматизация

Механика: iikoCard передает информацию о визитах в Amo CRM. Amo включает рекламу тем, кто давно не заказывал.

Результат: гости возвращаются и делают заказ

Примеры:

- Если гость не заказывал 2 месяца, то он видит напоминание о ресторане и спец.предложение (подарок, скидка) в Facebook, Вконтакте, Instagram и на сайтах-партнерах РСЯ+КМС. Процедура включается автоматически.

Управление спросом

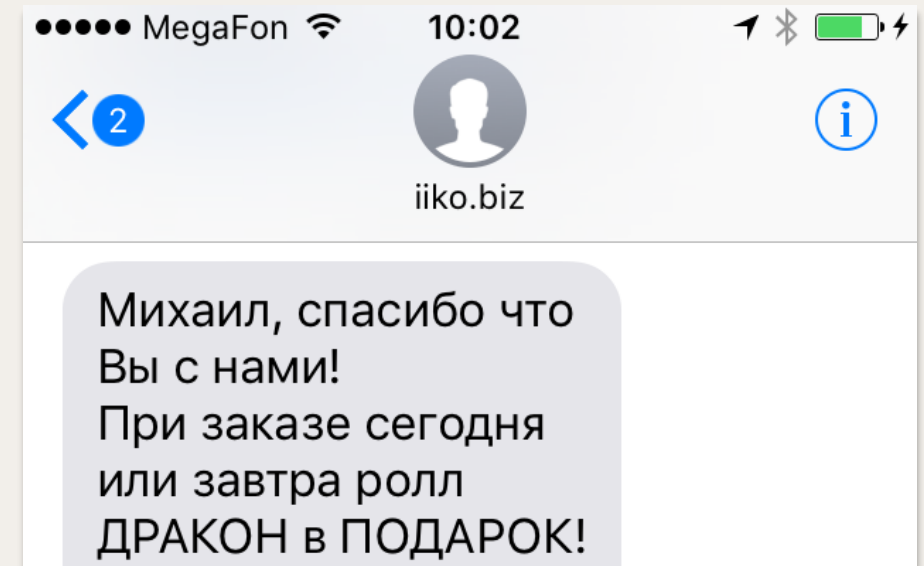
Привлечение внимания к новинкам

Механика: ресторан выдает дополнительные бонусные баллы за заказ новых блюд и за отзыв о них.

Результат: гости пробуют новые блюда и делятся информацией о них.

Примеры:

- Ресторан дарит всем гостям по 200 бонусных баллов, которые можно потратить за неделю и только на новые блюда.
- Бар начисляет 20% бонусов при заказе нового фирменного пива



Управление спросом

Скрипт для кассира

Механика: составляются правила, по которым система выдает подсказки кассиру/оператору.

Результат: повышается средний чек. Кассир не забывает сделать спец.предложения.

Примеры:

- Служба доставки предлагает заказать фирменные соусы к пицце, если их не было.
- Фастфуд дает подарок при заказе от 700 р. При заказе от 600 до 700 система показывает подсказку «предложи новинку за 150 р и скажи что дополнительно гость получит подарок»
- Служба доставки предлагает всем клиентам попробовать новые блюда

Управление спросом

Повышение частоты заказов

Механика: ресторан вводит акцию – подарок/бонус/скидка за определенную частоту заказов.

Результат: повышается частота заказов гостей.

Примеры:

- Служба доставки дарит филадельфию на второй заказ в течение недели
- Ресторан начисляет +5% бонусов, если гость был больше 3-х раз за месяц
- Столовая дарит каждый 10-й ланч в течение месяца
- Ресторан оповещает гостей в соц.сетях и Интернет о том, что если они закажут 2-й раз до конца недели, то они получат скидку 20%. Оповещение идет по тем, кто уже заказал.

Управление спросом

Дни рождения

Механика: ресторан собирает информацию о дне рождения гостя. Перед ДР ресторан оповещает гостя об акции.

Результат: ресторан получает большой заказ на ДР.

Примеры:

- Бар дарит 2000 бонусов, которые можно потратить в ДР +3 дня при условии что чек будет не меньше 10 000 р
- Ресторан отправляет приглашение отпраздновать ДР в ресторане по почте и соц.сетям за 2 недели. Предлагает спец.блюдо для именинника в подарок
- Ресторан начисляет двойные бонусы за заказ в ДР + 7 дней при условии суммы заказа не меньше 5000 р

Вопросы ?

