

Кризис?!**Падают продажи?****ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ АКЦИЙ И ОПТИМИЗАЦИЯ ЗАТРАТ!**

Правильно организованная работа с лояльными покупателями – залог успешных продаж, даже в период падения рынка.

Грамотно выстроенная работа с базой лояльности позволяет значительно увеличивать продажи.

АВТОМАТИЗАЦИЯ РАБОТЫ С ЛОЯЛЬНЫМИ КЛИЕНТАМИ!

Система **BestConnect CRM** является средством повышения эффективности проведения маркетинговых мероприятий:

- ❑ Консолидация информации по клиентам и их действиям
- ❑ Аналитика по клиентской базе
- ❑ Проведение RFM сегментации клиентской базы
- ❑ Формирование сегментов для рассылок по различным критериям
- ❑ Проведение каскадных рассылок по Viber и СМС
- ❑ Автоматизации рассылок по событиям: день рождения клиента, годовщина свадьбы и т.п.
- ❑ Аналитика по контролю эффективности рассылок и выдачи подарков

Клиенты, акции, продажи, подарки

1C → BC-CRM

Скриншоты интерфейса BestConnect CRM:

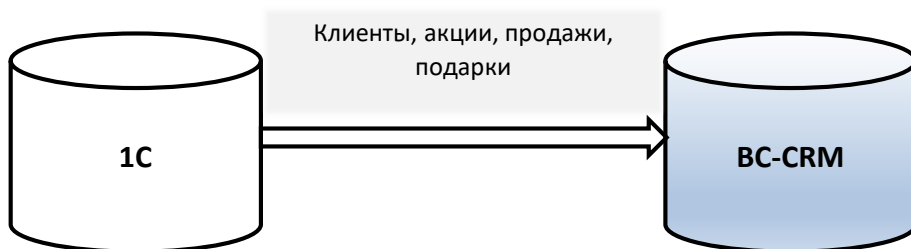
- Начальная страница: меню (Справочники, Клиенты, Дисциплины, Сайты, Настройки, Администрирование), кнопки (Расылка сообщений, Обновить данные, Журнал автоматических рассылок), статистика.
- Пол, возраст: таблица с колонками для периода, клиентской базы, и результатов рассылок.

Период	Пол	Без рассылки		По рассылке		Итого
		Доходы	Выручка	Доходы	Выручка	
11.04.2019		
11.04.2019		
16.04.2019		
16.04.2019		
Итого		

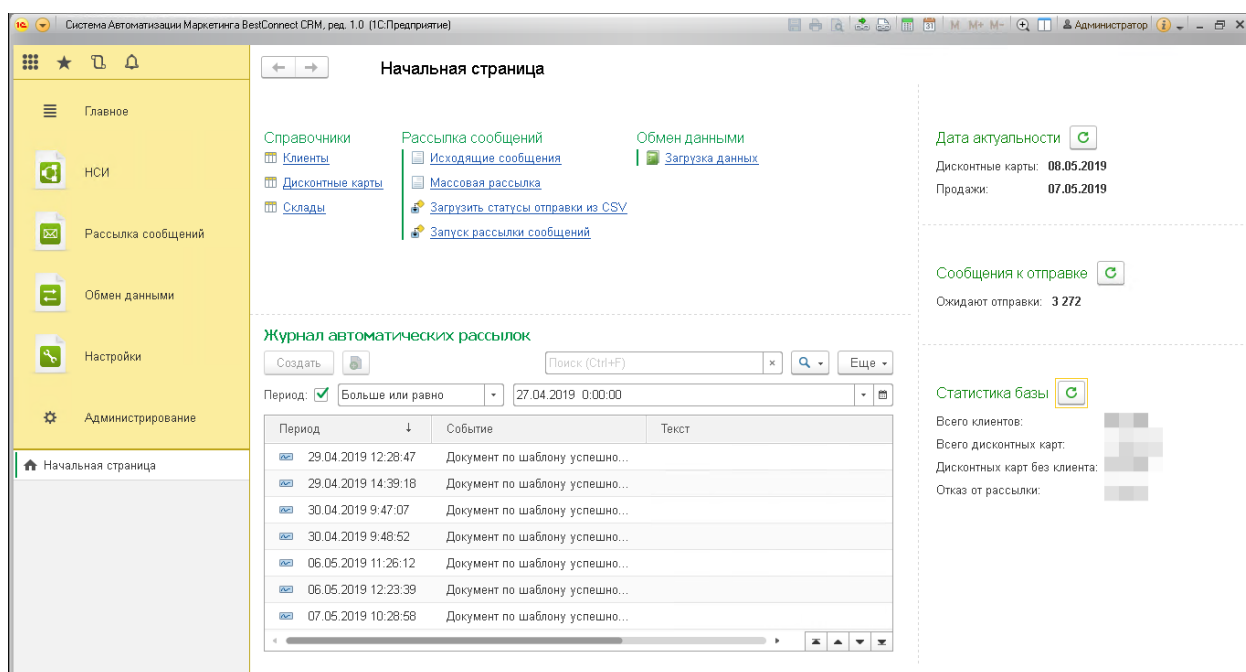
Система **BestConnect CRM** выполнена в виде отдельной конфигурации на платформе 1С. В основу Системы положены многолетние наработки по работе с базами лояльности, применяемые в передовых Российских компаниях. Система позволяет наглядно оценить эффективность проведенных акций, а также сократить затраты на коммуникацию с клиентами за счет каскадных рассылок по различным каналам.

АРХИТЕКТУРА СИСТЕМЫ

BestConnect CRM (далее Система) взаимодействует с учетной системой Предприятия по следующей схеме:

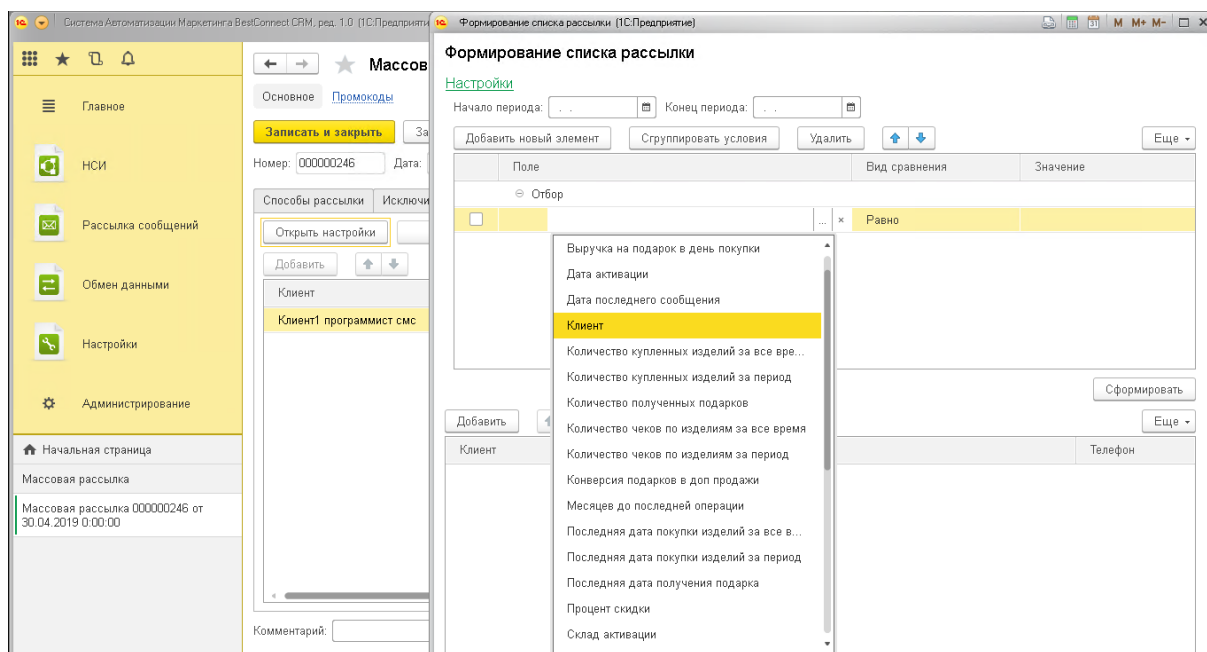


Система реализована в виде управляемого приложения на платформе 1С:Предприятие 8.3. Все отчеты в системе являются настраиваемыми, что позволяет оперативно получить информацию в нужном виде. Внешний вид начального окна приложения приведен ниже:

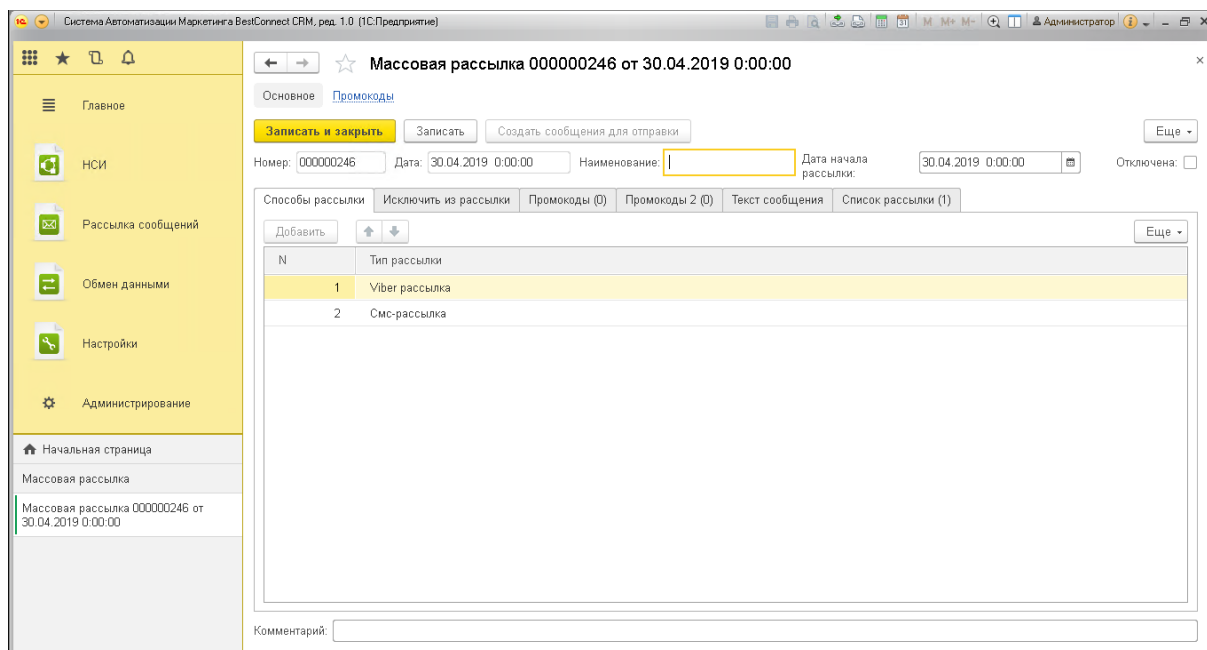


Перед началом работы необходимо выгрузить данные из внешней информационной системы Предприятия: клиенты, магазины, история движения товаров по клиентам (продажи и возвраты), история взаимодействия с клиентами (опционально).

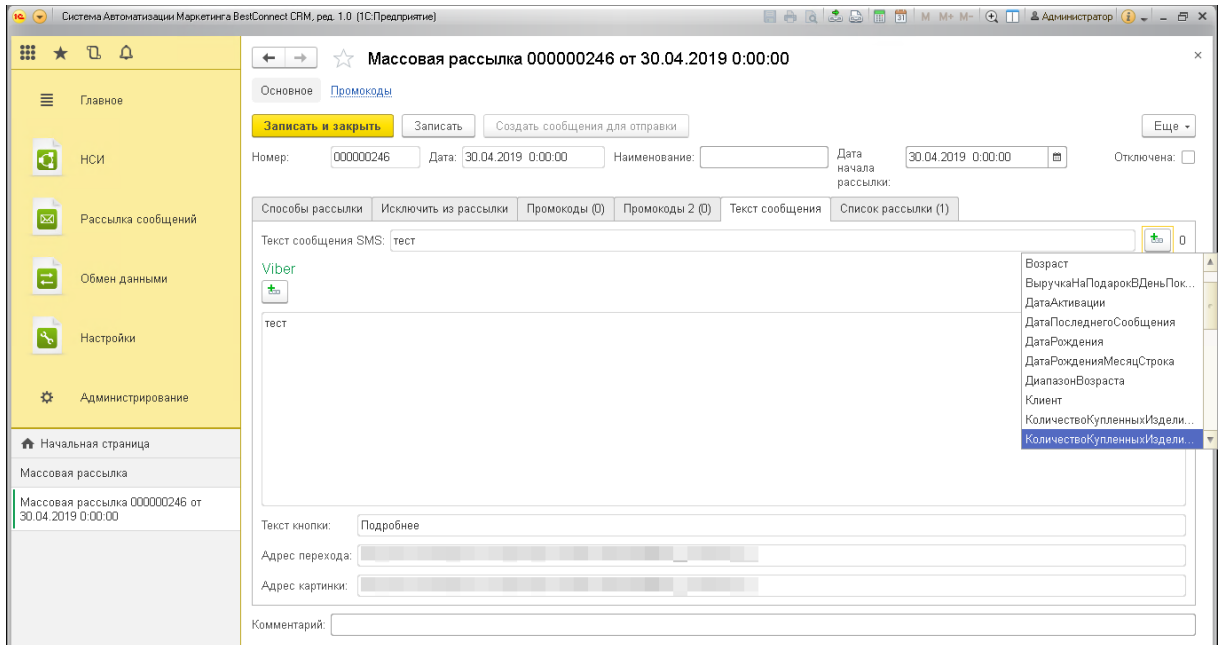
При формировании рассылок можно использовать различные условия отбора, за счет чего достигается гибкость работы с различными сегментами клиентской базы:



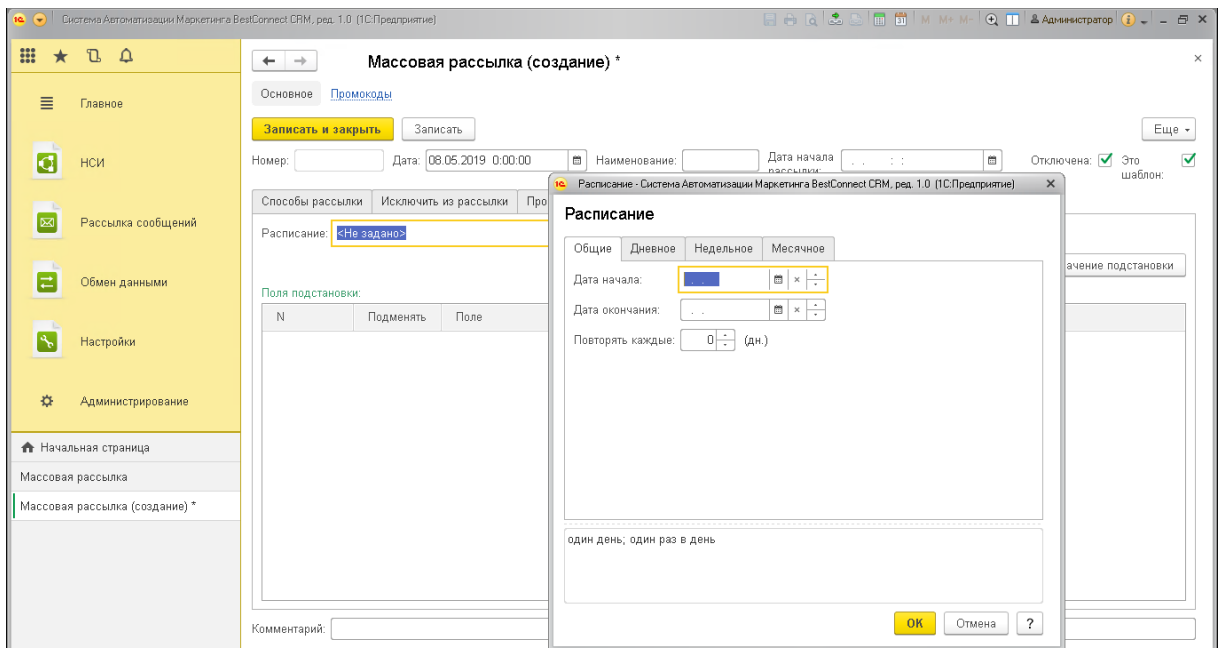
В документе также задается система каскадирования отправки, то есть способы отправки сообщений в порядке приоритета. Если первый способ доставки для клиента не срабатывает, то система отправляет сообщение при помощи следующего канала.



Для текстов сообщений можно задавать шаблоны с использованием реквизитов и показателей по клиентам. Для сообщений Viber имеется возможность настраивать URL для перехода по кнопке, а также настройка для отображения изображения в сообщении:



Для формирования автоматических рассылок, например, для именинников имеется возможность настройки шаблонов сообщений и задания расписания для генерации и отправки сообщений по шаблонам:



Эффективность рассылок можно оценить при помощи универсального отчета. Возможно получение различной аналитики при формировании отчета: по полу и возрасту клиентов, по магазинам, по давности последней операции, по рассылкам и т.д.

Система Автоматизации Маркетинга BestConnect CRM, ред. 1.0 (ТСПредприятие)

Пол, возраст

Период рассылки: 11.04.2019 - 11.04.2019 | Период анализа: 11.04.2019 - 16.04.2019

Сформировать | Настройки... | Найти... | Еще ?

Параметры: Период анализа: 11.04.2019 - 16.04.2019
Период рассылки: 11.04.2019 - 11.04.2019

Клиент. Пол Диапазон возраста	Без рассылки				По рассылке				Выручка новый клиент	Выручка пустой клиент	Эффект, руб
	Кол-во клиентов	Кол-во купивших	Ср. чек	Выручка	Конв. %	Кол-во клиентов	Кол-во купивших	Ср. чек			
Мужской											
21-					0,440 %					0,591 %	237 691,79
21-25					0,612 %					0,611 %	-46,53
26-30					0,557 %					0,702 %	8 810,38
31-35					0,445 %					0,490 %	11 819,95
36-40					0,332 %					0,557 %	77 420,21
41-45					0,347 %					0,526 %	56 177,46
46-50					0,433 %					0,741 %	45 647,01
51-55					0,547 %					0,411 %	-27 722,74
56-60					0,618 %					0,593 %	-1 319,42
61-65					0,483 %					0,868 %	56 606,37
66-70					0,514 %					0,424 %	-2 939,80
71-75					0,532 %					0,525 %	-67,18
76+					0,817 %					0,845 %	-0,27
Женский					0,622 %					5,333 %	8 101,62
21-					0,488 %					0,785 %	1 295 749,70
21-25					0,549 %					1,208 %	44 037,12
26-30					0,556 %					0,938 %	130 331,07
31-35					0,379 %					0,738 %	160 531,31
36-40					0,433 %					0,596 %	89 968,83
41-45					0,448 %					0,864 %	134 853,57
46-50					0,470 %					0,816 %	96 048,95
51-55					0,568 %					0,916 %	230 341,88
56-60					0,557 %					0,863 %	128 675,92
61-65					0,571 %					0,786 %	74 030,84
66-70					0,509 %					0,762 %	83 927,01
71-75					0,445 %					0,885 %	44 470,84
76+					0,447 %					1,040 %	26 138,14
										0,955 %	6 490,49

Карточка клиента содержит полную информацию по истории покупок и взаимодействия с клиентом, а также сводные показатели по клиенту:

Сумма выручки за все время: (Клиенты) (Клиенты)

Основное | [Дисконтные карты](#)

Записать и закрыть | Записать | Еще ?

Код: | Наименование:

Данные физического лица | Контакты | Сообщения | Покупки | Аналитика | Оповещения | Дополнительно

Добавить | ↑ ↓ | Еще ?

Ключ	Значение
Выручка на подарок в день покупки	0
Дата активации	27.02.2016
Дата последнего сообщения	25.04.2019
Количество купленных изделий за все время	0
Количество полученных подарков	1
Количество чеков по изделиям за все время	0
Конверсия подарков в доп продажи	0
Последняя дата покупки изделий за все время	
Последняя дата получения подарка	13.01.2019
Процент скидки	5
Склад активации	
Склад полевой покупки или подарка	
Среднее количество дней между покупками	0
Средний чек за все время	0
Сумма выручки за все время	0