

ПРИУЧЕНИЕ К ЛОЯЛЬНОСТИ

КАК РАБОТАЮТ БОНУСНЫЕ ПРОГРАММЫ В РИТЕЙЛЕ



Альтернативой периодическим скидкам на товары последние лет пять стали постоянные программы лояльности, которые запустили почти все крупнейшие розничные сети. Последним к тренду подключился второй по обороту ритейлер «Магнит», который начал тестировать инструмент в марте 2019 года. Для сетей карты лояльности выгоднее, чем постоянные скидки, а покупатели в любом случае могут получить выгоду, соблюдая определенные условия. «Деньги» разобрались, в чем отличие карт со скидками от бонусных и что ждет пользователей программ лояльности в ближайшем будущем.

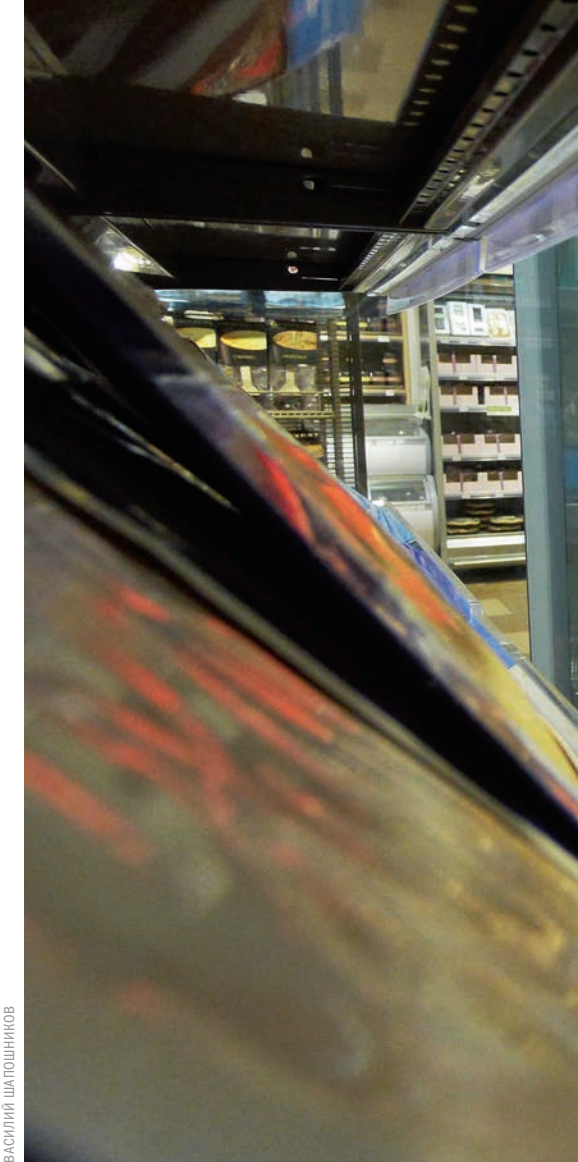
Карты с бонусами или скидками сегодня предлагают почти все торговые сети. При этом их число растет с каждым годом. Для ритейла такие программы лояльности стали способом выбраться из ловушки промоакций, которые в 80% случаев все еще представляют собой глубокие скидки. Как следует из данных Nielsen, к третьему кварталу 2018 года средняя доля товаров повседневного спроса, реализуемых по промоакциям, достигла 62,6%, а в ряде категорий, к примеру шоколадных батончиках, показатель вырос до рекордных 82%. При этом год назад средняя доля промо была на уровне 58,7%, а в третьем квартале 2016 года — 49,9%.

В условиях продолжающегося падения реальных доходов для большинства покупателей скидки стали ключевым параметром при выборе продуктов и магазина. Когда «Пятерочка» (входит в X5 Retail Group) в первом квартале 2018 года решила ограничить интенсивность промоакций, это привело к сокращению на 2,2% покупателей, ориентированных на скидки, сообщила компания. Ход был во многом вынужденным. Как объясняет собеседник «Денег» на розничном рынке, борьба за покупателя исключительно с помощью скидок приводит к обесцениванию товарных категорий, стагнации и снижению операционной эффективности сетей. И ритейл начал отказываться от массированного промо в пользу индивидуального подхода.

Скидки за верность

Как отмечает гендиректор «Infoline-Аналитики» Михаил Бурмистров, программы лояльности для своих клиентов сегодня сформировали практически все ритейлеры. Они позволяют торговым сетям получать постоянного покупателя, а не охотника за скидками, поддерживать трафик, увеличивать средний чек и частоту покупок, поясняет участник рынка. По словам руководителя группы по оказанию услуг компаниям розничного сектора Deloitte Владимира Бирюкова, для покупателей программы лояльности также имеют определенные преимущества. «Они позволяют получать скидки на определенные товары и продукты, а также адресные промопредложения. В любом случае покупатель выигрывает, так как платит меньше за необходимый ему товар», — рассуждает он.

В «Ленте» предлагают оформить карту лояльности за 9 руб. в каждом магазине либо бесплатно завести виртуальный аналог через мобильное приложение. Карта дает



ВАСИЛИЙ ШАПОШНИКОВ

скидку 5% на весь ассортимент «Ленты», а социально незащищенным категориям граждан позволяет получить дополнительную скидку в размере 3–8% на товары первой необходимости, рассказывает представитель сети. Кроме того, добавляет он, карта дает доступ к специальным предложениям «Ленты», в рамках которых скидки могут достигать 50%. В сети парфюмерных супермаркетов «Золотое яблоко» скидки по бонусным картам доходят до 10%, а при накопленной сумме покупок в 15 тыс. руб. скидка увеличивается до 25%, рассказывает ее представитель.

В «Виктории» (входит в ГК «Дикси») карту лояльности можно приобрести за 100 руб. либо получить бесплатно при одновременной покупке на сумму от 2 тыс. руб. или за регистрацию на сайте. Держатели карт могут участвовать в клубах, дающих скидки на определенный ассортимент товаров. Так, клуб «Гурман» предполагает скидку в 10% на сыр и вино, а клуб «Для родителей» — такой же дисконт при покупке части детских товаров, рассказывают в «Дикси». Во «Вкусвилле» бесплатная карта «Давайте дружить!» дает возможность получать скидки на товары с желтыми ценниками и при покупке от 500 руб. выбрать «любимый» продукт, на который будет действовать скидка в 20%, говорит управляющая по программам лояльности сети Яна Горюгина.

Оплата бонусами

Альтернатива скидкам — начисление бонусов на покупки. В «Пятерочке» держатели «Выручай-карты» получают

УСЛОВИЯ ПОЛУЧЕНИЯ СКИДОК ПО ПРОГРАММАМ ЛОЯЛЬНОСТИ ТРГОВЫХ СЕТЕЙ

РИТЕЙЛЕР	СТОИМОСТЬ КАРТЫ НА КАССЕ	РАЗМЕР СКИДКИ	АССОРТИМЕНТ
«ЛЕНТА»	9 РУБ.	ОТ 5%	ВСЕ
«ВИКТОРИЯ»	100 РУБ.	10%	ОГРАНИЧЕННЫЙ
«ВКУСВИЛЛ»	БЕСПЛАТНО	20%	ОГРАНИЧЕННЫЙ
«ЗОЛОТОЕ ЯБЛОКО»	БЕСПЛАТНО ПРИ ПОКУПКЕ НА СУММУ ОТ 1 ТЫС. РУБ.	ОТ 10%	ВСЕ

ТЕКСТ **Анатолий Костырев**
ФОТО **Василий Шапошников**

Источник: данные торговых сетей.