



REES46
TECHNOLOGIES



Программа Лояльности: механики, которые работают



Бонусы за возвращение



Если клиент не появляется N недель, система отправляет реактивационное сообщение с бонусом. Например, скидка 15% на следующий визит или бесплатная дополнительная услуга — та, которая интересна конкретному клиенту или та, которую он еще не пробовал.

Бонус за социальную активность



Начисление бонусов за отметки в соцсетях, участие в челленджах или отзывы на сторонних платформах (Google, 2ГИС, «Яндекс»). Такая механика стимулирует создание UGC-контента, повышает узнаваемость бренда и усиливает социальное доказательство, формируя доверие у новых клиентов.

Фото-эффект



Акция с ограниченным сроком действия, во время которой можно получить много бонусных баллов или ценный подарок за покупку от определенной суммы или в определенной категории. Создает чувство срочности и стимулирует к действию.

«Собери коллекцию»



Клиент участвует в челлендже — например, купить товары из 5 разных категорий или попробовать 5 разных блюд до конца месяца, чтобы получить приз. Работает как в есop, так и в сфере услуг.

Квест-сценарий с сюжетом



Клиенту предлагается «миссия» из нескольких заданий: пройти 3 процедуры, записаться в течение недели, оставить отзыв и так далее. За выполнение промежуточных заданий — бонусы, прогрессивные статусы и бейджи с достижениями, которые подогревают интерес и вовлеченность. За выполнение всего квеста — персонализированная награда на основе поведенческих данных. Можно обыграть в фирменном стиле бренда.

«Колесо сюрпризов» за накопленную активность



После N действий клиент получает шанс крутануть виртуальное колесо с персонализированными призами. Доступ к колесу мотивирует действовать чаще.

Персональный день клиента



Назначьте «день благодарности», в который действуют уникальные предложения, основанные на поведении клиента — например, в день его рождения или в годовщину первой покупки. Можно дополнить «личным» посланием от бренда или основателя.

Кешбэк на любимое



На основе действий пользователя алгоритм определяет его любимые товары или категорию и предлагает по ним повышенный кешбэк.

Выбор вознаграждения



После выполнения действия или достижения определенного уровня клиент сам выбирает награду из предложенных — например, 100 баллов или скидка 5% на категорию. Или отмечает избранные категории кешбэка. Так выше вероятность, что человек будет доволен и воспользуется предложением.

Интерактивное голосование



Только для участников программы лояльности: они могут влиять на принятие важных решений бренда. Механика повышает вовлеченность и чувство значимости у клиентов.

Персонализированные пакетные предложения



На основе истории покупок, интересов и сегмента система формирует выгодные пакеты — например, «только любимое», «часто берут вместе» или сезонные комбо. Такие предложения ощущаются как забота и стимулируют кросс-продажи.

Предиктивные предложения



AI анализирует поведение конкретного клиента и похожих на него пользователей — и предлагает то, что с высокой вероятностью клиент захочет в ближайшее время. А персональная выгода с ограниченным сроком действия мотивирует принять предложение как можно скорее.

Подписная модель лояльности

Несколько уровней подписки с разным набором привилегий. В простом варианте предусмотрены только внутренние привилегии: максимальная скидка или кешбэк, расширенная гарантия, приоритетная обработка заказов и сервисное обслуживание, эксклюзивные распродажи и так далее. Продвинутый вариант — когда к списку внутренних привилегий добавляются бонусом бесплатные подписки на партнерские сервисы.

Параллельная бонусная валюта

Клиенты получают бонусы за активности и затем могут обменивать их на что-то полезное — подарочные карты, приглашения на мероприятия и другие бенефиты. Механика повышает ценность участия в программе лояльности.

Обмен бонусов на персональные услуги

В рамках этой механики покупатель обменивает накопленные бонусы на персональные услуги — например, стилиста, с которым сотрудничает бренд одежды и аксессуаров. В процессе онлайн-консультации клиенту помогают собрать капсульный гардероб или образ под конкретный повод. Стилист решает проблему «не знаю, с чем носить» через видео-контент в чат-боте и дополняет образ обувью и аксессуарами — увеличивая средний чек.

Онлайн-бронирование через бот при отсутствии товара

Если нужного размера нет в магазине, покупатель через Telegram-бот находит и бронирует товар в другом аутлете. Механика позволяет не терять покупателей.

Виртуальный питомец в мобильном приложении

Пользователи заботятся о виртуальном питомце, выполняют задания, совершают покупки и получают игровую валюту, которую можно тратить на виртуальную еду и одежду для питомца. Взамен питомец выдает промокоды и бонусы.

Награда за регулярность



Стимулируйте повторные обращения, предлагая бонусы за регулярные визиты и напоминая о необходимых процедурах и профилактических осмотрах. Это способствует росту лояльности пациентов и поддержанию их интереса к услугам клиники.

Бонусы за медицинский прогресс



Если показатели пациента улучшаются по сравнению с прошлым анализом, начисляются дополнительные баллы. Это стимулирует пациентов следовать рекомендациям врачей и поддерживать здоровый образ жизни. Такая механика превращает заботу о здоровье в понятную и мотивирующую игру с реальными поощрениями.

Поддержка целей клиента



Можно предлагать бонусные программы и подборки услуг под конкретную цель, выбранную клиентом, — похудение, бег, беременность, здоровье зубов и так далее. Это усиливает вовлеченность и лояльность: клиент чувствует поддержку на каждом этапе и увереннее движется к цели.

Диагностические триггеры



На основе медицинских показателей клиенту автоматически предлагаются персональные услуги, которые ему необходимы. Скидка или другие бонусы усилят мотивацию.

Пакетные предложения и долгосрочные подписки



В сфере медицины востребованы гибкие пакетные предложения: семейные с общим бонусным счетом, индивидуальные диагностические для разных категорий пациентов (например, для спортсменов или будущих мам), годовые программы обслуживания с возможностью рассрочки.

Аптечные абонементы по категориям



Механика для удержания клиентов с хроническими заболеваниями. Клиент выбирает нужную категорию лекарств, оформляет абонемент и в течение полугода покупает препараты из этой группы по фиксированной или сниженной цене.

Тематические месяцы с накоплением статуса

Например, «месяц ухода за телом»: массаж, обертывания и другие процедуры для тела в течение месяца дают прогресс к статусу или подарку. Механика стимулирует повторные визиты и поддерживает интерес к сезонным программам.

Комбо из процедур + бонус

Если клиент записался на стрижку и уход одновременно — получает увеличенное начисление баллов. Механика повышает средний чек и стимулирует выбирать комплексные визиты.

Вовлечение в тестирование новинок

За согласие попробовать новую услугу или продукт клиент получает бонус или бесплатную опцию при условии обратной связи. Механика привлекает внимание к новинкам, снижает барьер входа и запускает формирование UGC-контента при грамотной активации.

Механика «3 разные услуги = подарок»

Стимулирует попробовать больше направлений салона: например, маникюр + уход за лицом + массаж. Расширяет спектр потребляемых услуг, помогает представить салон как мультимедийное пространство.

Персональная неделя красоты

Неделя с бонусами на услуги, которые клиент обычно не выбирает, но которые могли бы дополнить его привычные визиты. Использует аналитику предпочтений для персонализированных апсейлов и развития клиентского профиля.

Карта вкусов



Клиенту предлагаются бонусы при выборе новых для него категорий — например, за первый заказ десерта или блюда из вегетарианского меню. Механика стимулирует пробовать новое, заказывать чаще и больше.

Карта путешественника



Для заведений, которые предлагают блюда разных кухонь мира. Выбирая итальянское или китайское блюдо, посетитель открывает соответствующую зону на виртуальной карте и получает бонусы и спецпредложения. Когда все зоны разблокированы, клиенту полагается суперприз. Повышает вовлеченность, побуждает пробовать новые позиции меню, превращает визиты в геймифицированный квест.

Играй и выигрывай



QR-код на столе ведет на мини-игру, участие в которой дает шанс получить подарок или баллы. Вовлекает, делает ожидание заказа интересным и повышает конверсию в повторные визиты. Более простой, но не менее эффективный вариант — мини-игра в офлайне, например, моментальная лотерея или дартс.

Бонус за постоянство



Если клиент заказал одно и то же блюдо больше трех раз, система предлагает спецбонус «за любовь к классике». Дает эффект персональной заботы и повышает эмоциональную привязку, не мешая экспериментам с меню.

Сезонная лояльность



Баллы за «летние» или «зимние» меню — стимулирует интерес к новинкам. Помогает продвигать сезонные позиции и увеличивает вовлеченность через ограниченные по времени предложения.

Клубная система по локациям



Если клиент посещает заведения одной сети в разных районах — накапливает баллы быстрее или получает статус «исследователь». Повышает охват всей сети, мотивирует открывать новые точки и формирует ощущение сообщества.