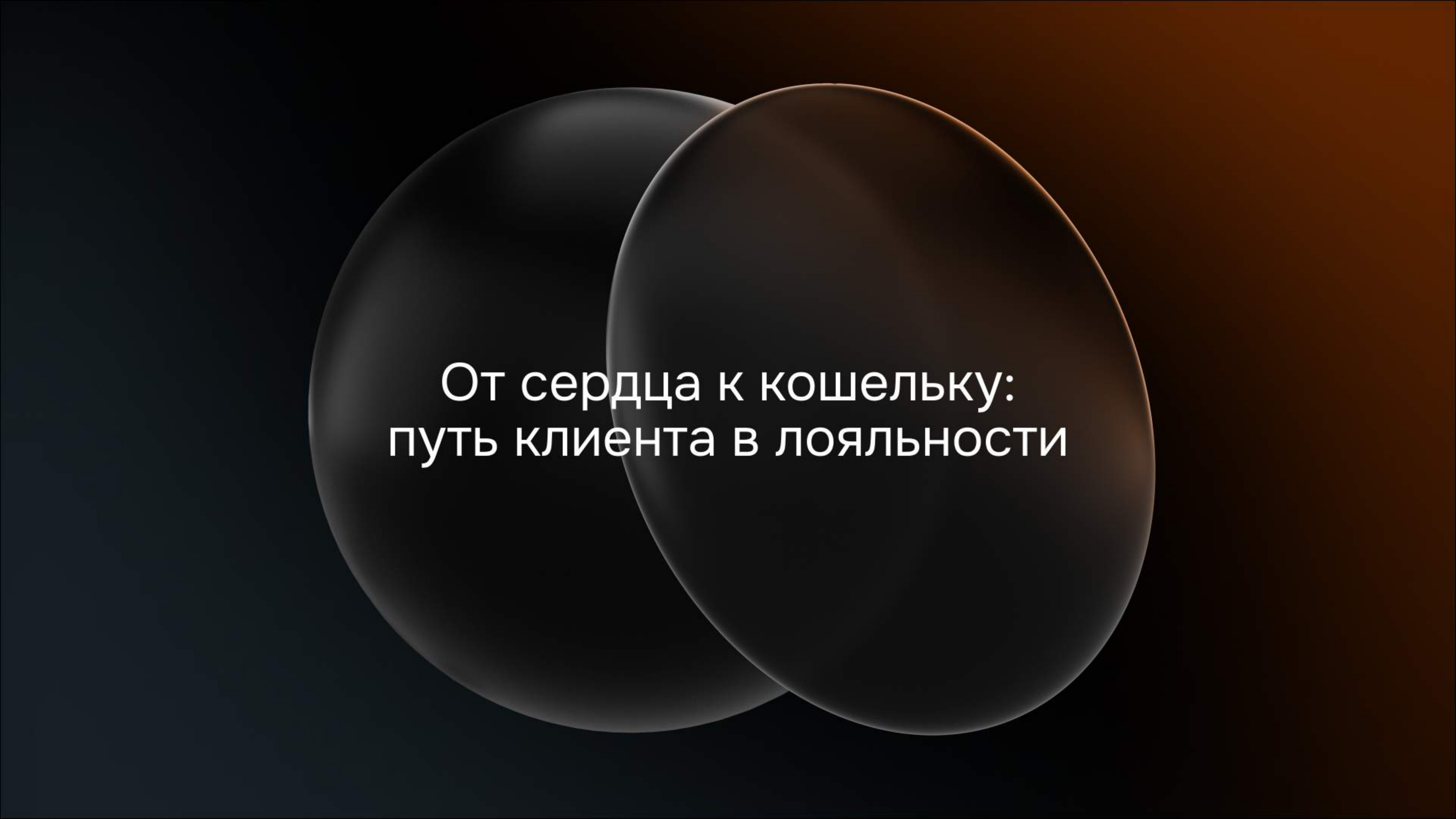




От сердца к кошельку:
путь клиента в лояльности

Дмитрий Завиша

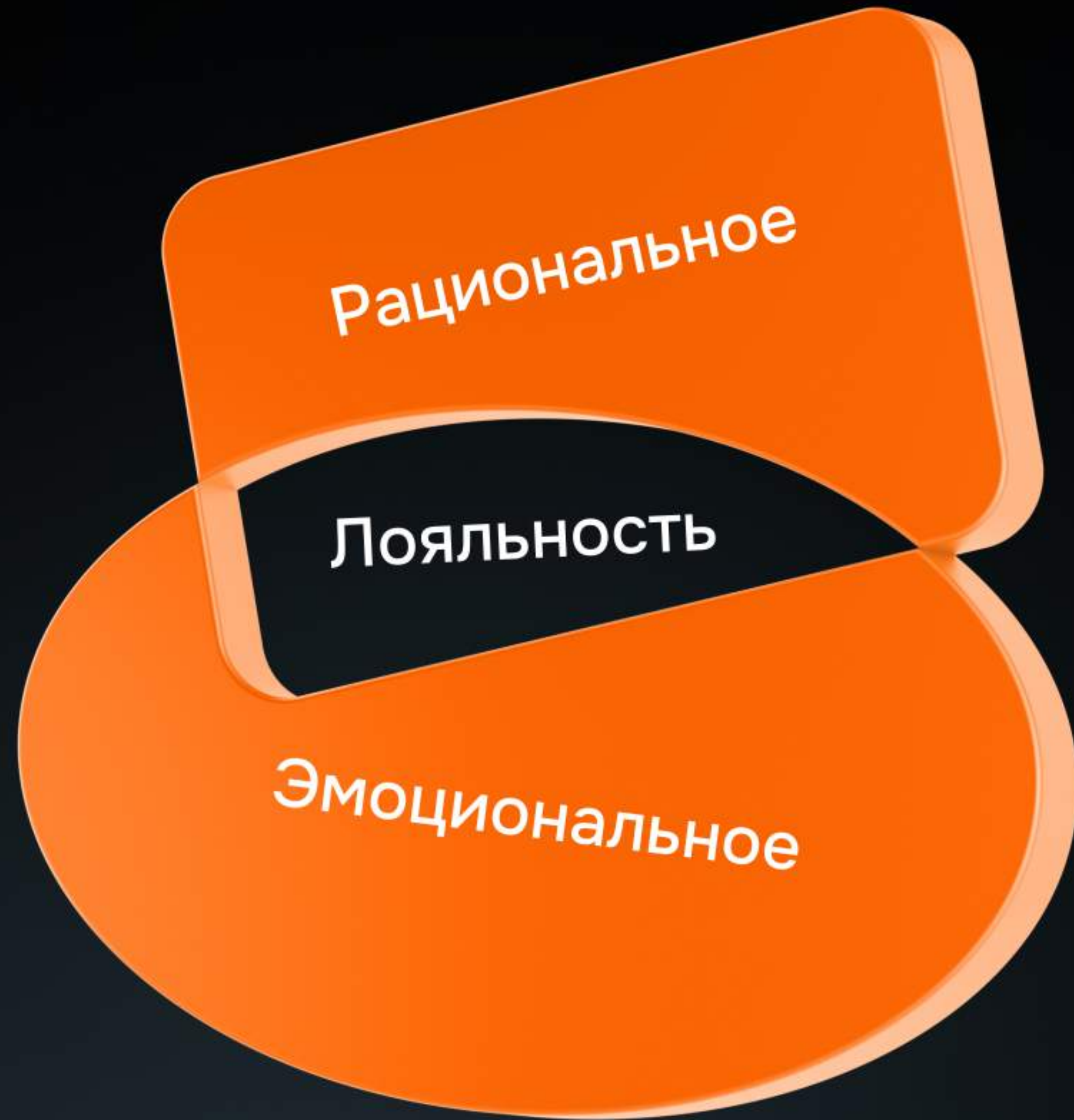


Директор по стратегии, Апельсин

Отвечает за стратегию,
маркетинг, эффективность
и развитие продукта

До Апельсина

Занимал должность лидера кластера
«Продукты для физических лиц»
и отвечал за B2C-направление
в программе лояльности
СберСпасибо



Лояльность – это про баланс

Лояльность
клиента

Экономика
бизнеса

Клиенты учатся считать (у них нет выбора)

41,7 балла

Финкультура
россиян¹

¹ Банк России. Финансовая культура в России: точка отсчета

Клиенты учатся считать (у них нет выбора)

41,7 балла

Финкультура
россиян¹

55%

Финграмотность
россиян²

¹ Банк России. Финансовая культура в России: точка отсчета

² Результаты опроса Института фонда «Общественное мнение» (инФОМ) по заказу Банка России. 2024 год

Клиенты учатся считать (у них нет выбора)

41,7 балла

Финкультура
россиян¹

55%

Финграмотность
россиян²

3,43 балла

Россияне оценивают
свою финграмотность³

¹ Банк России. Финансовая культура в России: точка отсчета

² Результаты опроса Института фонда «Общественное мнение» (инФОМ) по заказу Банка России. 2024 год

³ Всероссийский телефонный опрос «ВЦИОМ-Спутник». 1600 опрошенных россиян в возрасте от 18 лет

Клиенты учатся считать (у них нет выбора)

41,7 балла

Финкультура
россиян¹

55%

Финграмотность
россиян²

3,43 балла

Россияне оценивают
свою финграмотность³

с 7,5 до 21%

Выросла ключевая
ставка с 16.09.2022⁴

¹ Банк России. Финансовая культура в России: точка отсчета

² Результаты опроса Института фонда «Общественное мнение» (инФОМ) по заказу Банка России. 2024 год

³ Всероссийский телефонный опрос «ВЦИОМ-Спутник». 1600 опрошенных россиян в возрасте от 18 лет

⁴ Ключевая ставка Банка России 17.09.2013 - 22.02.2025

Клиенты учатся считать (у них нет выбора)

41,7 балла

Финкультура
россиян¹

55%

Финграмотность
россиян²

3,43 балла

Россияне оценивают
свою финграмотность³

с 7,5 до 21%

Выросла ключевая
ставка с 16.09.2022⁴

с 4,5 до 7,6%

Ожидаемая инфляция
на конец 2025 года⁵

¹ Банк России. Финансовая культура в России: точка отсчета

² Результаты опроса Института фонда «Общественное мнение» (инФОМ) по заказу Банка России. 2024 год

³ Всероссийский телефонный опрос «ВЦИОМ-Спутник». 1600 опрошенных россиян в возрасте от 18 лет

⁴ Ключевая ставка Банка России 17.09.2013 - 22.02.2025

⁵ Прогноз Минэкономразвития

Клиенты учатся считать (у них нет выбора)

41,7 балла

Финкультура
россиян¹

55%

Финграмотность
россиян²

3,43 балла

Россияне оценивают
свою финграмотность³

с **7,5** до **21%**

Выросла ключевая
ставка с 16.09.2022⁴

с **4,5** до **7,6%**

Ожидаемая инфляция
на конец 2025 года⁵



Одна платёжная
система

¹ Банк России. Финансовая культура в России: точка отсчета

² Результаты опроса Института фонда «Общественное мнение» (инФОМ) по заказу Банка России. 2024 год

³ Всероссийский телефонный опрос «ВЦИОМ-Спутник». 1600 опрошенных россиян в возрасте от 18 лет

⁴ Ключевая ставка Банка России 17.09.2013 - 22.02.2025

⁵ Прогноз Минэкономразвития

Кешбэк (и не только) — это база

~30

программ лояльности
на одного клиента¹

¹ Исследование для проекта по формированию сервиса лояльности Апельсин

Кешбэк (и не только) — это база

~30

программ лояльности
на одного клиента¹

10

из них активно
использует

¹ Исследование для проекта по формированию сервиса лояльности Апельсин

Кешбэк (и не только) — это база

~30

программ лояльности
на одного клиента¹

10

из них активно
использует

~3,5

карт в России приходится
на одного клиента²

¹ Исследование для проекта по формированию сервиса лояльности Апельсин
^{2,3} Frank RG. Исследование «Ежедневный банкинг: новый уровень»

Кешбэк (и не только) — это база

~30

программ лояльности
на одного клиента¹

10

из них активно
использует

~3,5

карт в России приходится
на одного клиента²

>7

карт в Китае приходится
на одного клиента

¹ Исследование для проекта по формированию сервиса лояльности Апельсин
^{2,3} Frank RG. Исследование «Ежедневный банкинг: новый уровень»

Кешбэк (и не только) — это база

~30

программ лояльности
на одного клиента¹

10

из них активно
использует

~3,5

карт в России приходится
на одного клиента²

>7

карт в Китае приходится
на одного клиента

53%

карт в России используются
реже 5 раз в месяц³

¹ Исследование для проекта по формированию сервиса лояльности Апельсин
^{2,3} Frank RG. Исследование «Ежедневный банкинг: новый уровень»



И как в этом живут клиенты?

96%

важнее всего знать,
сколько кешбэка
вернётся в %

56%

банковский кешбэк —
это приятный подарок

22%

регулярно отслеживают
свой прогресс по уровням

70%

положительно относятся
к играм и розыгрышам

Экономят энергию для сложных механик

Накапливаю и списываю баллы за покупку

56%

Получаю скидки по карте лояльности

43%

Выбираю категории с повышенным кешбэком

37%

Участвую в специальных акциях

35%

Предложения есть для всех аудиторий, кроме этих

30 млн детей
и подростков
(от 6 до 18 лет)

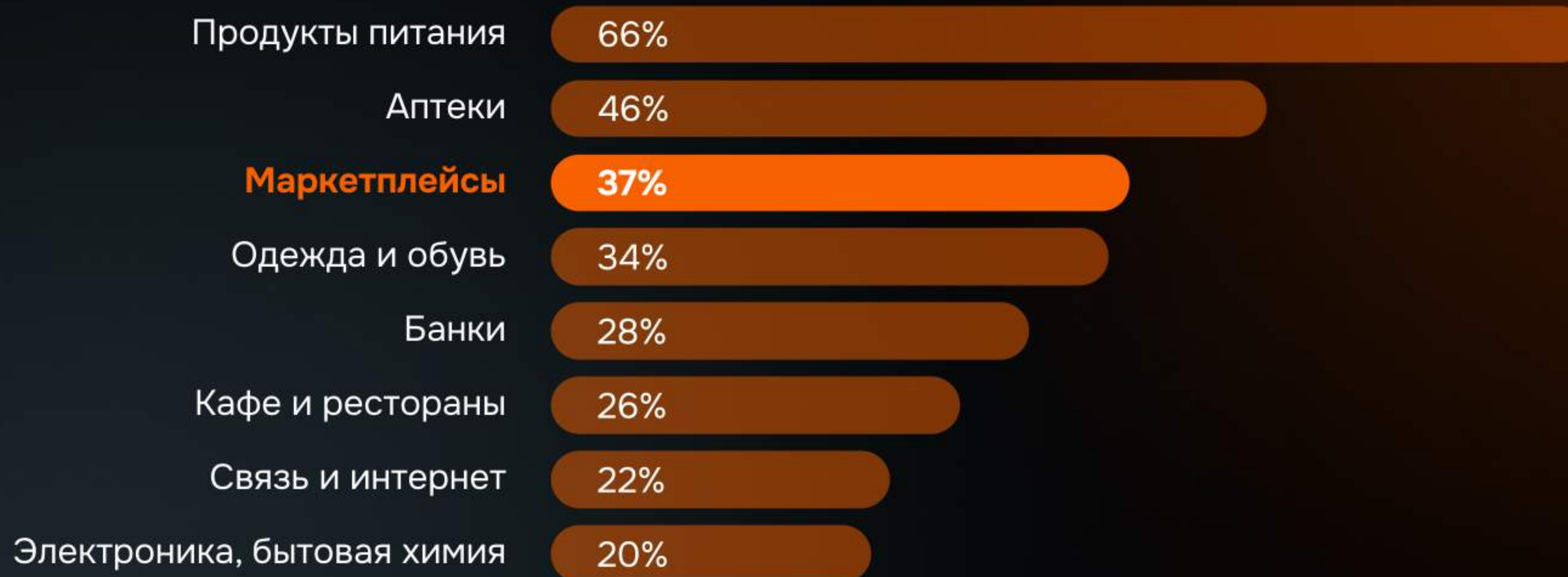


37 млн людей
с оборотом
50 000 ₽
по карте



Магазины и сервисы, в которых они чаще всего следят за кешбэком

+52% – товарооборот фудтех-сервисов Яндекса в III квартале 2024



Какой кешбэк получают?

 **апельсин**

до 100%

в «Перекрёстке»
и «Пятёрочке»

 **МТС**

5%

в Самокате
и Купере

 **ВТБ**

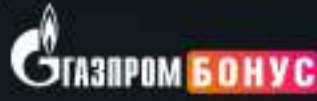
5%

в супермаркетах

 **РСХБ**

до 15%

фермерские продукты
партнёров

 **ГАЗПРОМ БОНУС**

15%

в Metro онлайн

 **Спасибо**

9%

в Самокате
и Купере

ИНГОССТРАХ

10%

в супермаркетах
с подпиской
«Ингокешбэк»

ХАЛВА

10%

за покупки у партнёров
с подпиской
«Халва Десятка»

постоянные
предложения

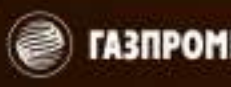
% кешбэка на продукты питания

акционные
предложения

 **апельсин**

до 100%

в «Перекрёстке»
и «Пятёрочке»

 **ГАЗПРОМБАНК**

до 30%

акция «Кешбэк
на всё самое важное»
до 31.07.2025

 **Спасибо**

20%

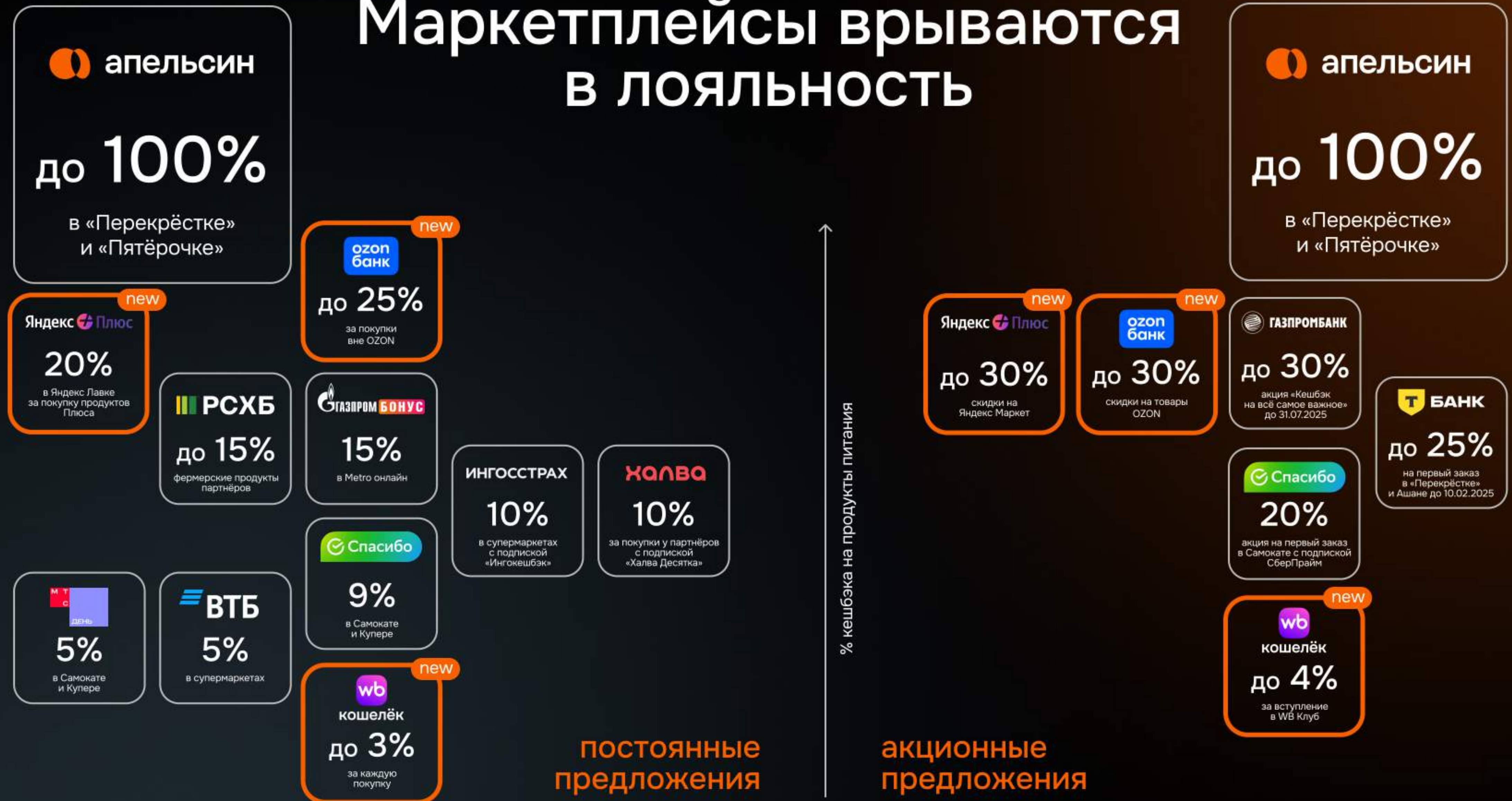
акция на первый заказ
в Самокате с подпиской
СберПрайм

 **Т БАНК**

до 25%

на первый заказ
в «Перекрёстке»
и Ашане до 10.02.2025

Маркетплейсы врываются в лояльность



И меняют фокус



● Персонализация ● Программы лояльности ● Награды и преимущества
● Партнёрства ● Сегментация

Персонализация + сегментация =
сепарирование

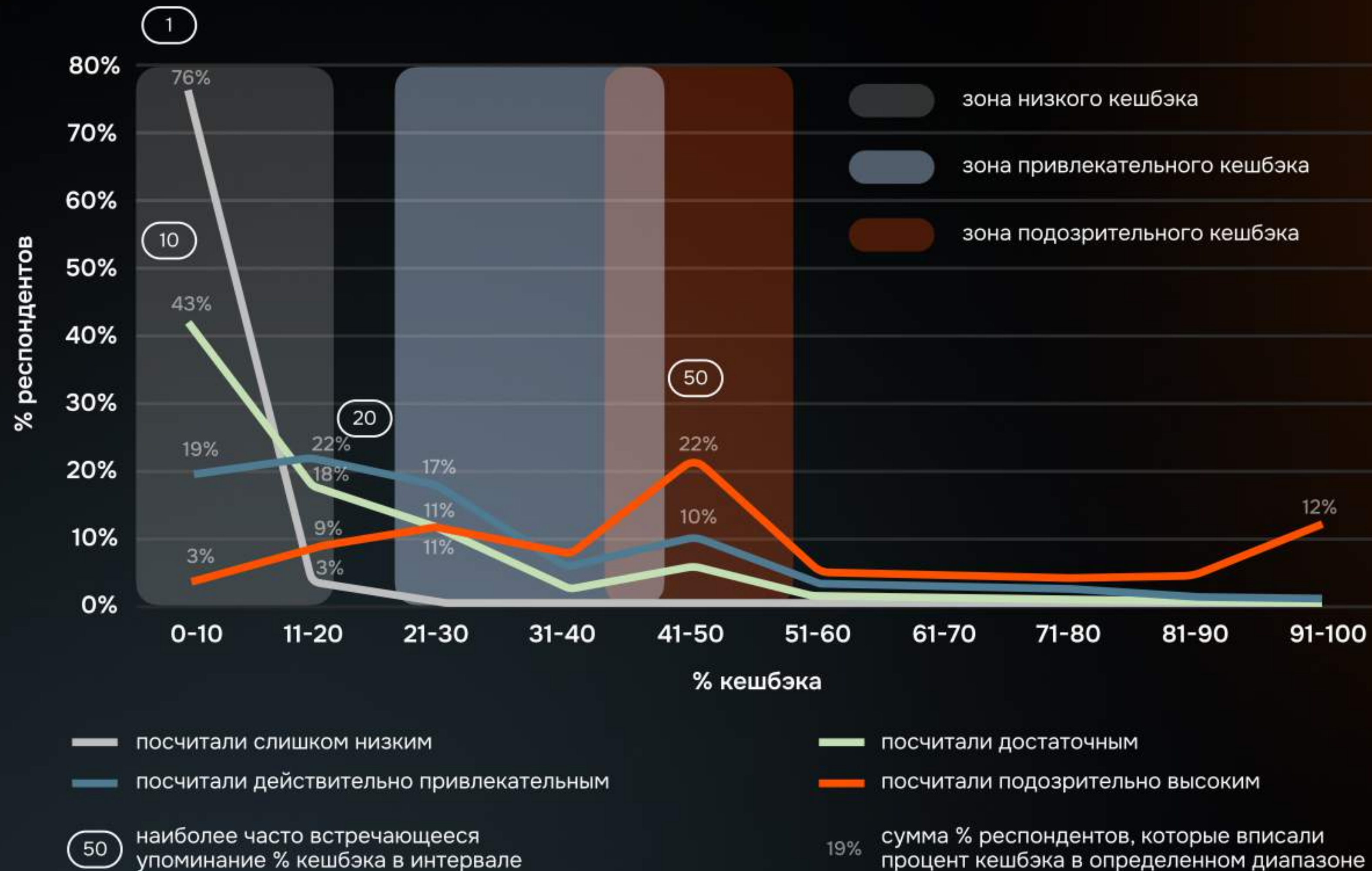
Новые механики лояльности

Консолидирование + партнёрства =
коалиция

С 25% в 2021 до 50% в 2025
возрастут инвестиции в лояльность

В программах лояльности **появятся более сложные функции**, включая системы вознаграждений и цифровой опыт

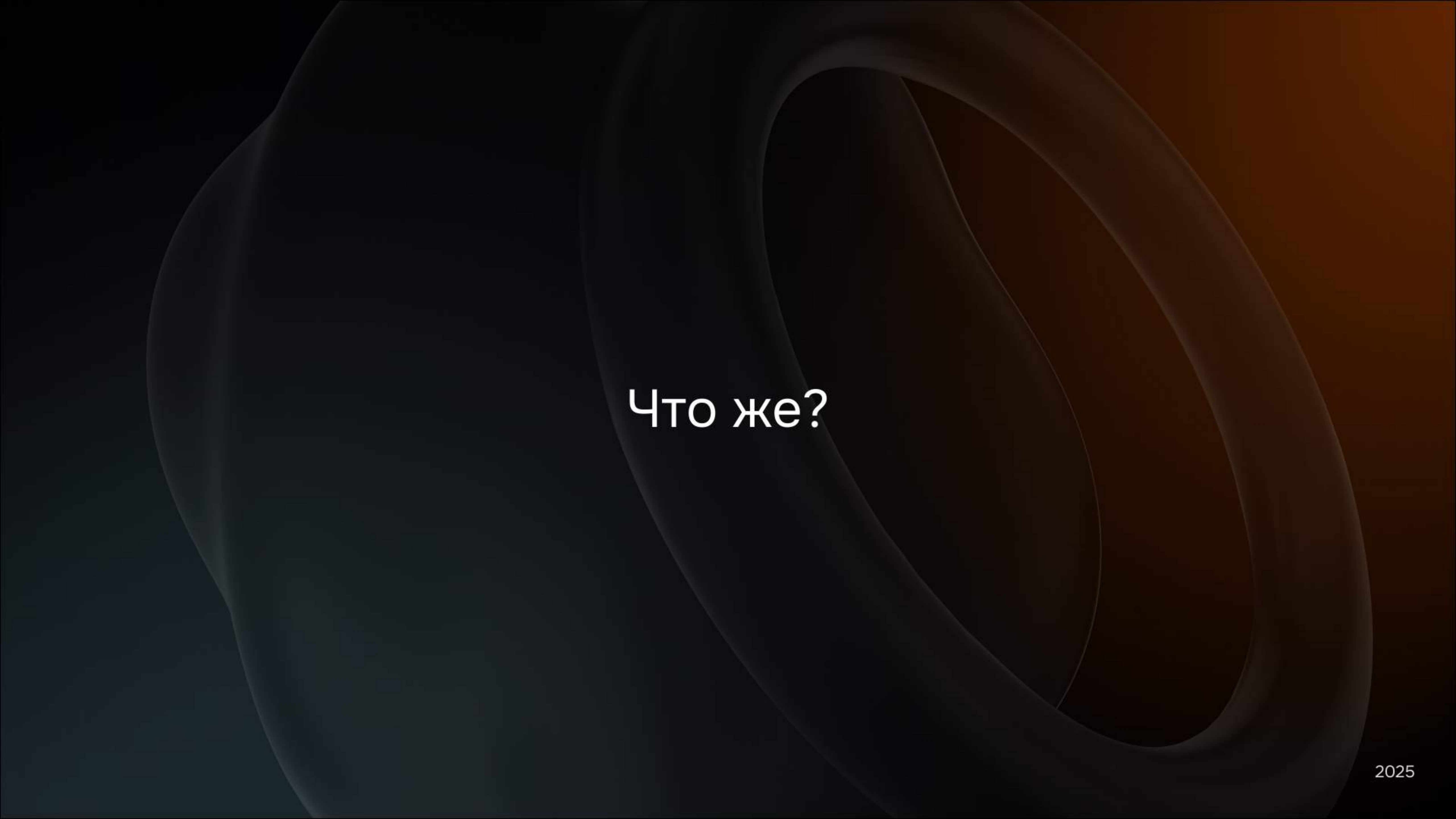
А может нужно другое?



Чаще всего низким воспринимают кешбэк до **10%**

Зона привлекательного кешбэка для большинства находится до **30%**

Для меньшинства привлекательный кешбэк может быть в диапазоне от **41%** до **50%**

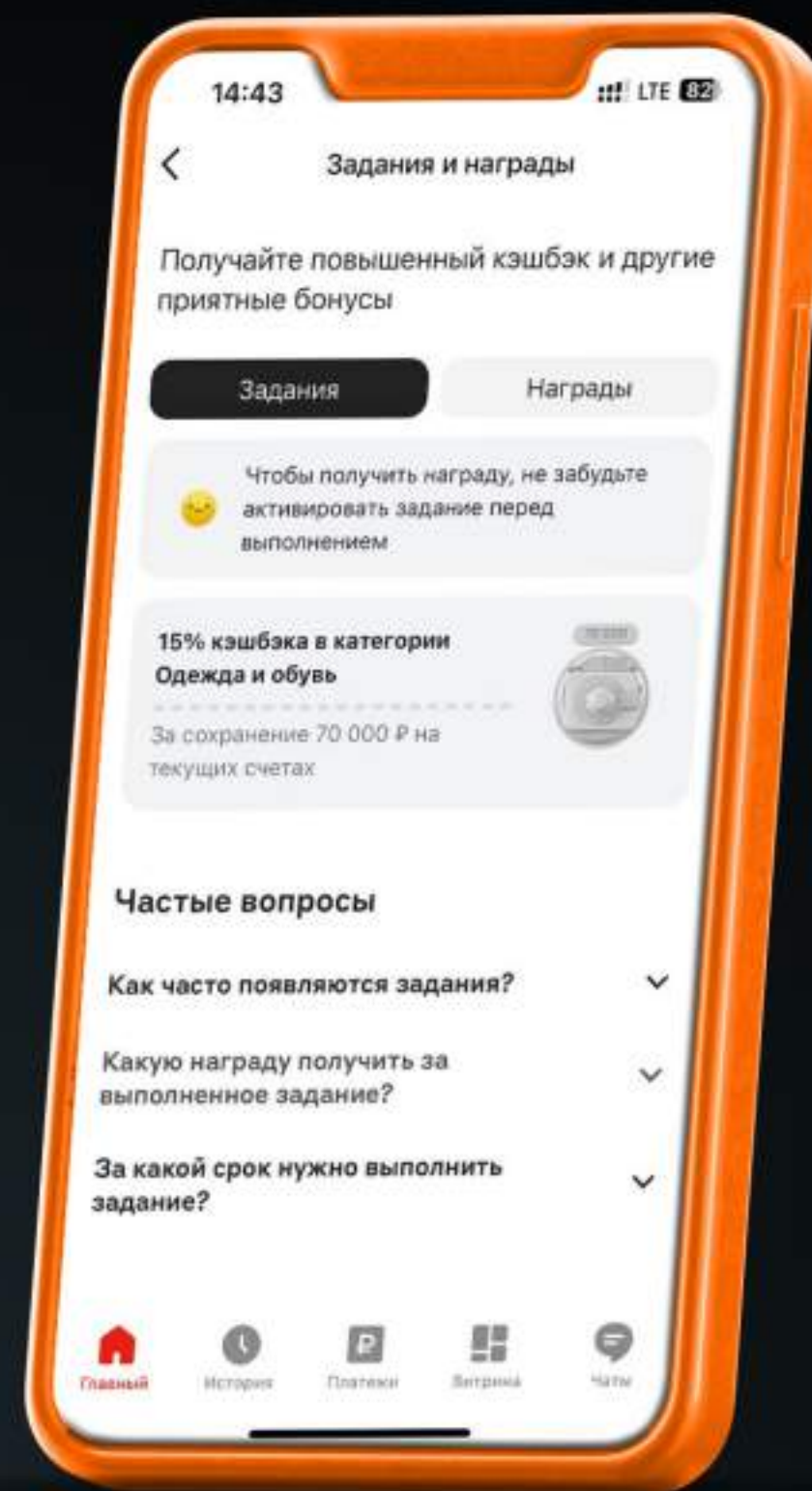


Что же?

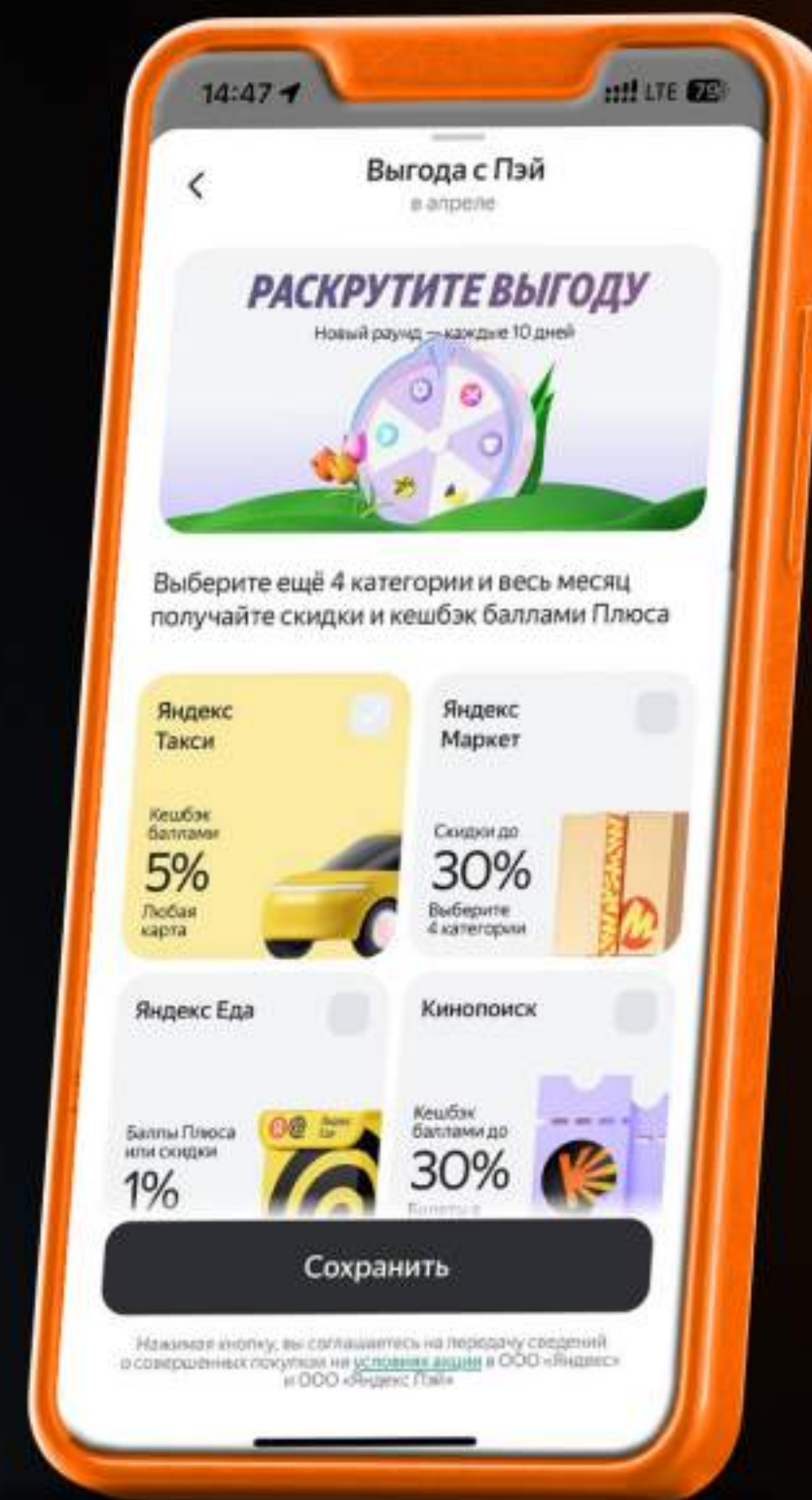
Новые механики и сепарация



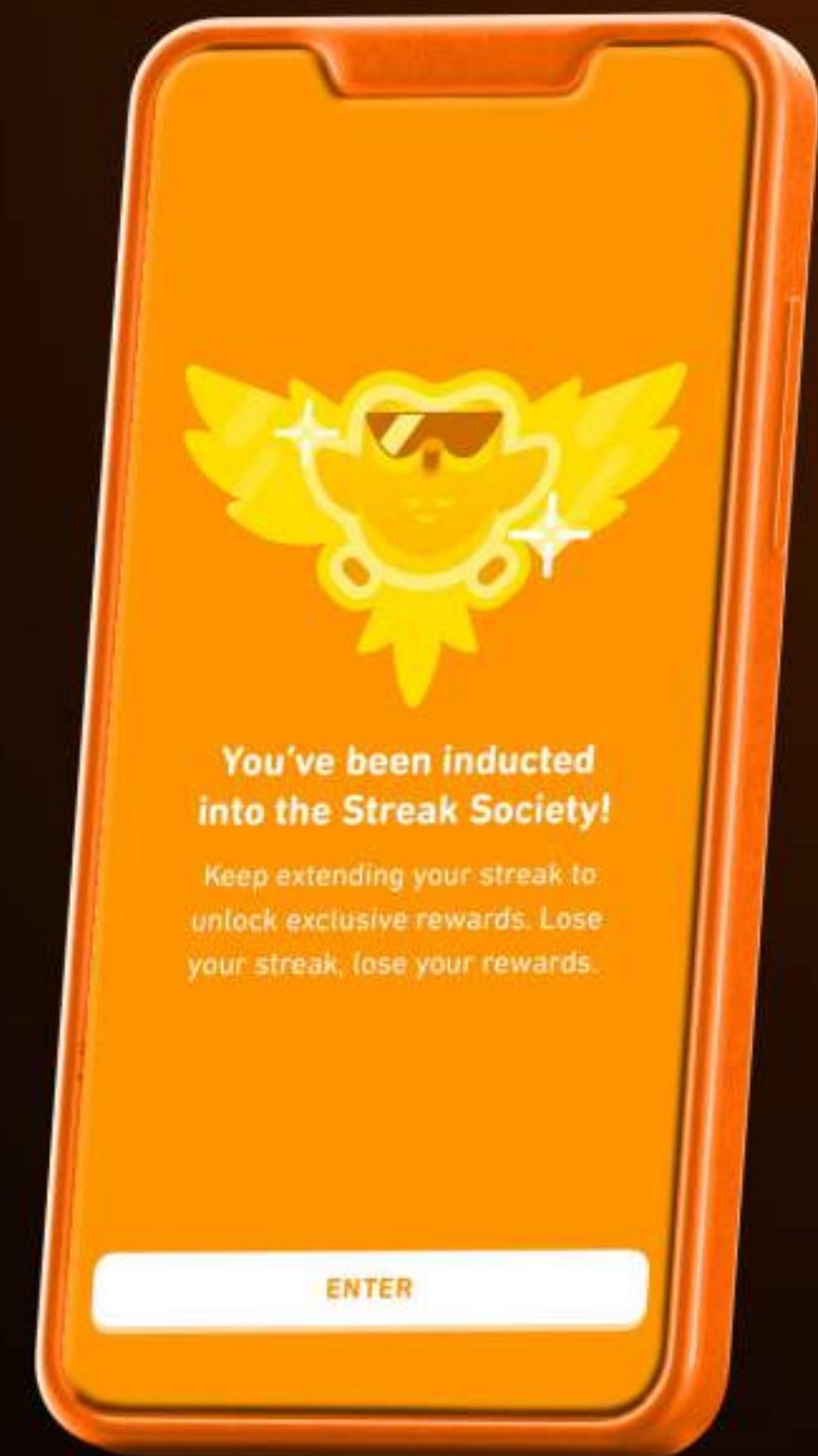
Апельсин
More for more



Альфа—Банк
Задания

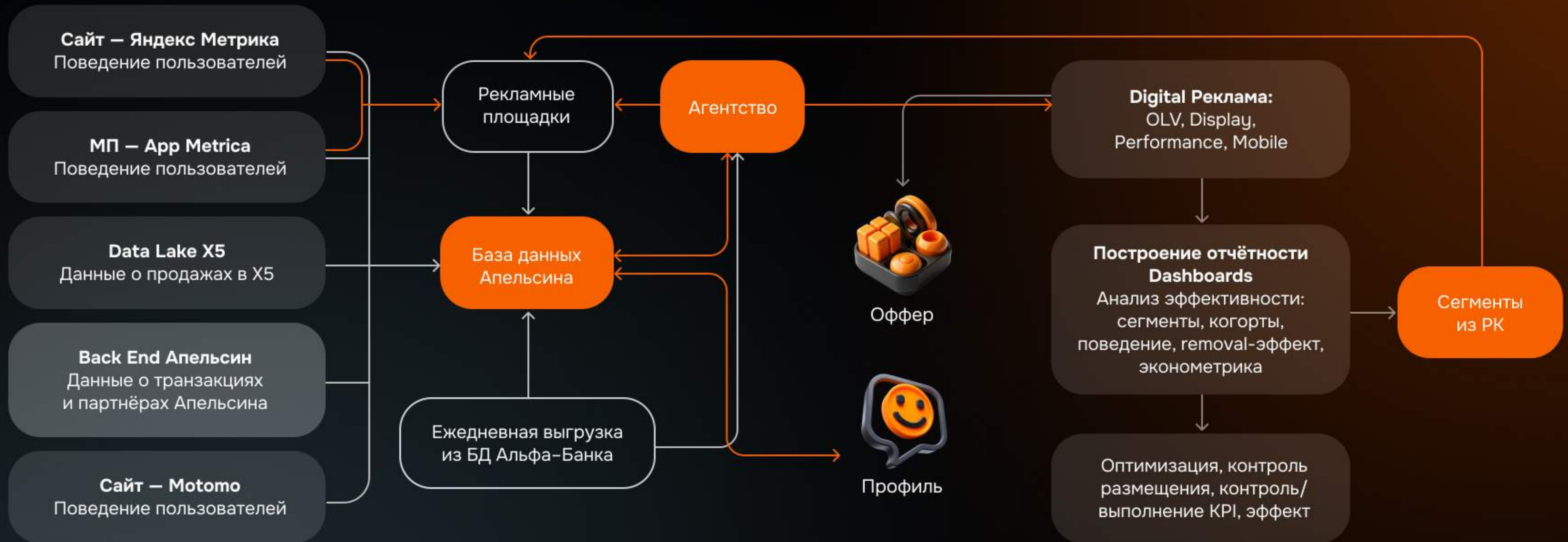


Яндекс
Барабан кешбэка



Duolingo
Неприятие потерь

ИИ и предиктивная аналитика



Интегрируя данные из различных источников, бренды будут всё больше взаимодействовать со своими клиентами последовательно во всех точках соприкосновения

Взгляд на старшие рынки

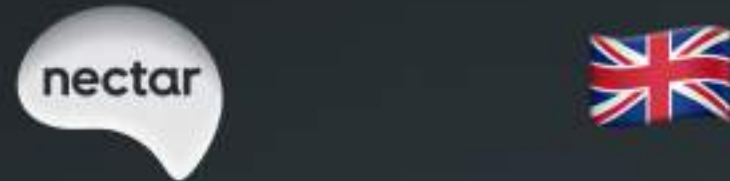


год основания **2015–2018**
пользователей **36 млн**

приотановила работу



год основания **1998**
пользователей **17 млн**



год основания **2002**
пользователей **18 млн**



год основания **2021**
пользователей **15 млн**



год основания **2001**
пользователей **54 млн**



год основания **2000**
пользователей **31 млн**



год основания **2011**
пользователей **120 млн**



год основания **2000**
пользователей **38 млн**



год основания **2002**
пользователей **111 млн**



год основания **2010**
пользователей **107 млн**



год основания **2002**
пользователей **18 млн**

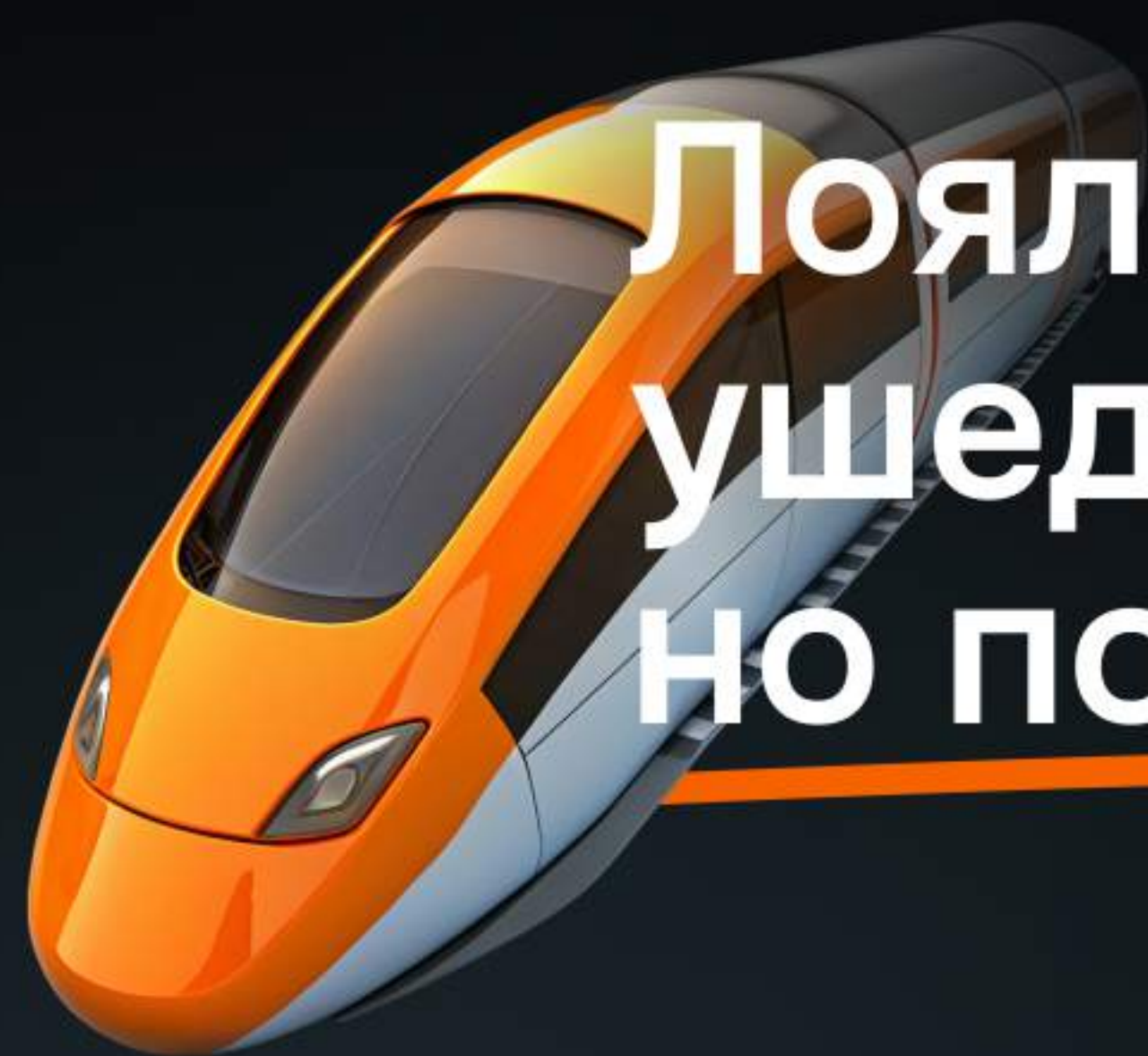
8 программ лояльности
4 кешбэк–сервиса

Яндекс Плюс T PRO
Спасибо М МАГНИТ и др.

общее кол-во
пользователей **200+ млн**



Лояльность теперь
доступна всем
участникам рынка.
Размер не имеет значения



**Лояльность заменит
ушедший инструментарий,
но поезд уходит**



Дмитрий Завиша
@dazav