

Анализ программ лояльности в России

URL: <https://marketpublishers.ru/r/A2105966F1DRU.html>

Дата: Январь, 2017

Страниц: 136

Цена: 50 000 руб.

Артикул: A2105966F1DRU

Цель исследования

Оценить возможности реализации программ лояльности на российском рынке.

Задачи исследования:

Охарактеризовать состояние, основные тенденции и перспективы развития программ лояльности на российском рынке.

Выявить основные факторы успешной реализации программы лояльности.

Описать крупнейшие программы лояльности в некоторых секторах российской экономики.

Описать программы лояльности, запущенные в разных странах.

Объект исследования

Российские программы лояльности

Метод сбора информации

Мониторинг материалов печатных и электронных деловых и специализированных изданий, аналитических обзоров рынка; Интернет; материалов маркетинговых и консалтинговых компаний; результаты исследований DISCOVERY Research Group, мониторинг цен.

Метод анализа данных

Традиционный контент-анализ документов.

Информационная база исследования:

Печатные и электронные, деловые и специализированные издания.

Ресурсы сети Интернет.

Материалы компаний.

Аналитические обзорные статьи в прессе.

Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.

Экспертные оценки.

Интервью с производителями и другими участниками рынка.

Материалы отраслевых учреждений и базы данных.

Базы данных Discovery Research Group.

Краткое описание исследования

Готовое маркетинговое исследование программ лояльности в России. Отчет содержит сведения об объеме рынка, темпах роста, тенденциях и перспективах развития и других ключевых показателях.

Содержание

ГЛАВА 1. ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования
Задачи исследования
Объект исследования
Метод сбора информации
Метод анализа данных
Информационная база исследования

ГЛАВА 2. ОСНОВНЫЕ СВЕДЕНИЯ О ПРОГРАММАХ ЛОЯЛЬНОСТИ

ГЛАВА 3. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ВНЕДРЕНИЯ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ

- 1. ПРОБЛЕМА ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ.**
- 2. БИЗНЕС-МОДЕЛЬ, ОСНОВАННАЯ НА ЛОЯЛЬНОСТИ, НА ПРИМЕРЕ ФИНАНСОВОЙ ГРУППЫ.**
- 3. ОБОБЩЕННАЯ СОВРЕМЕННАЯ МОДЕЛЬ БИЗНЕСА, ОСНОВАННАЯ НА ЛОЯЛЬНОСТИ.**
- 4. МЕТОДОЛОГИЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ**
- 5. СТРАТЕГИЯ ВЫХОДА ИЗ ПРОГРАММЫ**

ГЛАВА 4. МОНОБРЕНДИНГОВЫЕ ПРОГРАММЫ

ГЛАВА 5. КОБРЕНДИНГОВЫЕ ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ

Факторы успешной реализации кобрендингового проекта
Осуществление взаимозачетов между партнерами

ГЛАВА 6. ФАКТОРЫ УСПЕХА ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ

ГЛАВА 7. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ В РОССИИ

ГЛАВА 8. ПРОБЛЕМЫ, ВОЗНИКАЮЩИЕ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ

Основные ошибки при внедрении программ лояльности

ГЛАВА 9. ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ БАНКОВ

Участие банка в кобрендинговом проекте с авиаперевозчиком
Реальная выгода банка при участии в кобрендинговых проектах с авиакомпаниями, в частности 'Аэрофлот-Бонус'
Мотивы банка участвовать в кобрендинговой программе.
Примеры программ лояльности в банковской сфере
Банк Траст
Юнистраим
Абсолют Банк
Банк24.ру
Банк Ак Барс

ВТБ24

Сбербанк
Райффайзенбанк

Прочие программы лояльности банков

ГЛАВА 10. ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ АВИАПЕРЕВОЗЧИКОВ

История развития программ лояльности российских авиаперевозчиков.

Западные проекты в России

Кобрендинговые программы авиаперевозчиков

Примеры программ лояльности авиаперевозчиков

Аэрофлот

S7 Airlines

UTair

Emirates

British Airways

ГЛАВА 11. ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ В ОБЛАСТИ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ

Разработка успешной программы лояльности в телекоммуникационной индустрии

Примеры программ лояльности в сфере телекоммуникаций

Tele

Билайн

МегаФон

МТС

О 2 (Великобритания)

Программы лояльности интернет-провайдеров

Google News

ГЛАВА 12. ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ СЕТЕЙ АЗС

Примеры программ, основанных на использовании ваучеров

Примеры программ, основанных на использовании карты с магнитной полосой

Примеры программ, основанных на кобрендинговом партнерстве

Программы лояльности крупнейших сетей АЗС

ЛУКОЙЛ

Shell

ТНК- ВР

Газпромнефть

Роснефть

ГЛАВА 13. ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ В ОБЛАСТИ СТРАХОВАНИЯ И ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

ГЛАВА 14. ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ СЕТЕВЫХ МАГАЗИНОВ

Перекресток

Красный куб

Стокманн

Азбука вкуса

Мега

ГЛАВА 15. СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННЫЕ ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ

М-Видео
Зенит и Газпромбанк
Аэрофлот Бонус
PepsiCo

ГЛАВА 16. ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ

Noctua и Cooler Master (Северная Америка)
Canon (Украина)
Pampers
Kimberly-Clark
AUVIX и NEC

NOS®

Big Train (США)
FuzziBunz
Green Beer
Ambassador Theatre Group (Великобритания)
Safeway (Канада)

ГЛАВА 17. НЕКОТОРЫЕ ЗАРУБЕЖНЫЕ ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ

Cineplex Scene (Канада)
Hilton HHonors
Coke Zone
Rotana

СПИСОК РИСУНКОВ

Рисунок 1. Лестница покупательского поведения
Рисунок 2. Бизнес-модель, основанная на лояльности клиентов
Рисунок 3. Цепочка взаимосвязанных элементов лояльности, обеспечивающих компании устойчивое развитие
Рисунок 4. Цикл развития лояльности клиента по отношению к компании
Рисунок 5. Технология структурирования базы клиентов и поставщиков
Рисунок 6. Схема взаимодействия партнеров, входящих в коалицию
Рисунок 7. Потоки клиентов через программу 'Аэрофлот Бонус'

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Преимущества и недостатки моментальной и накопительной скидок
Таблица 2. Сравнительная характеристика кобрендинговых и внутренних карт

СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Доли каждой группы клиентов Пробизнесбанка и ВУЗ-Банка в прибыли отделения среднего бизнеса департамента малого и среднего бизнеса
Диаграмма 2. Ключевые драйверы NPS второго порядка
Диаграмма 3. Связь готовности позитивно рекомендовать компанию новым клиентам в зависимости от типа клиента
Диаграмма 4. Время проявления результатов программы лояльности в банковской сфере
Диаграмма 5. Соотношение участвующих и не участвующих в программах лояльности авиакомпаний россиян по данным исследования Superjob
Диаграмма 6. Доли участников программ лояльности различных авиакомпаний среди всех участников

программ лояльности всех авиакомпаний (можно участвовать в нескольких программах одновременно), по данным исследования Superjob

Диаграмма 7. Влияние наличия бонусных карт на выбор покупателя в России по данным исследования Superjob

Оформление заказа:

Название: Анализ программ лояльности в России
Ссылка: <http://marketpublishers.ru/r/A2105966F1DRU.html>
Артикул: A2105966F1DRU
Цена: 50 000 руб. (Single User License / Electronic Delivery)

В случае приобретения Corporate License или печатной версии, пожалуйста, обратитесь в службу поддержки покупателей по электронному адресу office@marketpublishers.ru

Оплата

Для оплаты по кредитной карте (Visa, MasterCard, American Express, PayPal) используйте кнопку "BUY NOW" на странице <http://marketpublishers.ru/r/A2105966F1DRU.html>

Для осуществления денежного перевода (Wire Transfer), пожалуйста, внесите Ваши контактные данные в форму:

Имя:
Фамилия:
E-mail:
Компания:
Адрес:
Город:
Индекс:
Страна:
Телефон:
Факс:
Комментарии:

* Все поля обязательны к заполнению

ПОДПИСЬ _____

При оформлении заказа на сайте MarketPublishers.ru, Вы соглашаетесь с условиями публичного договора оферты, размещенного на http://marketpublishers.ru/docs/terms_conditions.html

Для размещения заказа по факсу, пожалуйста, распечатайте форму, внесите необходимые данные и отправьте по факсу **+44 20 7900 3970**