

## 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](mailto: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](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**