



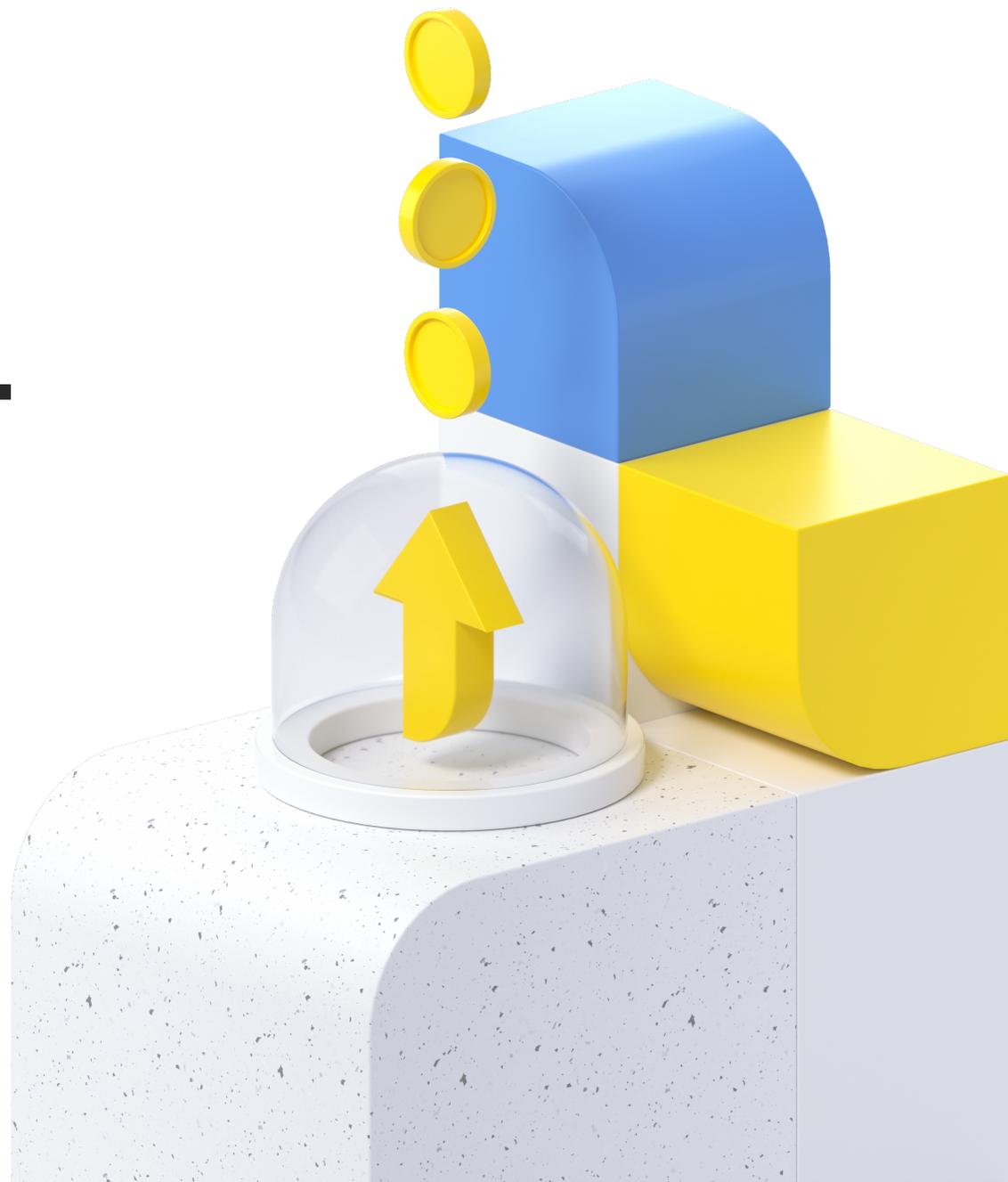
ТИНЬКОФФ

Тинькофф Кэшбэк –

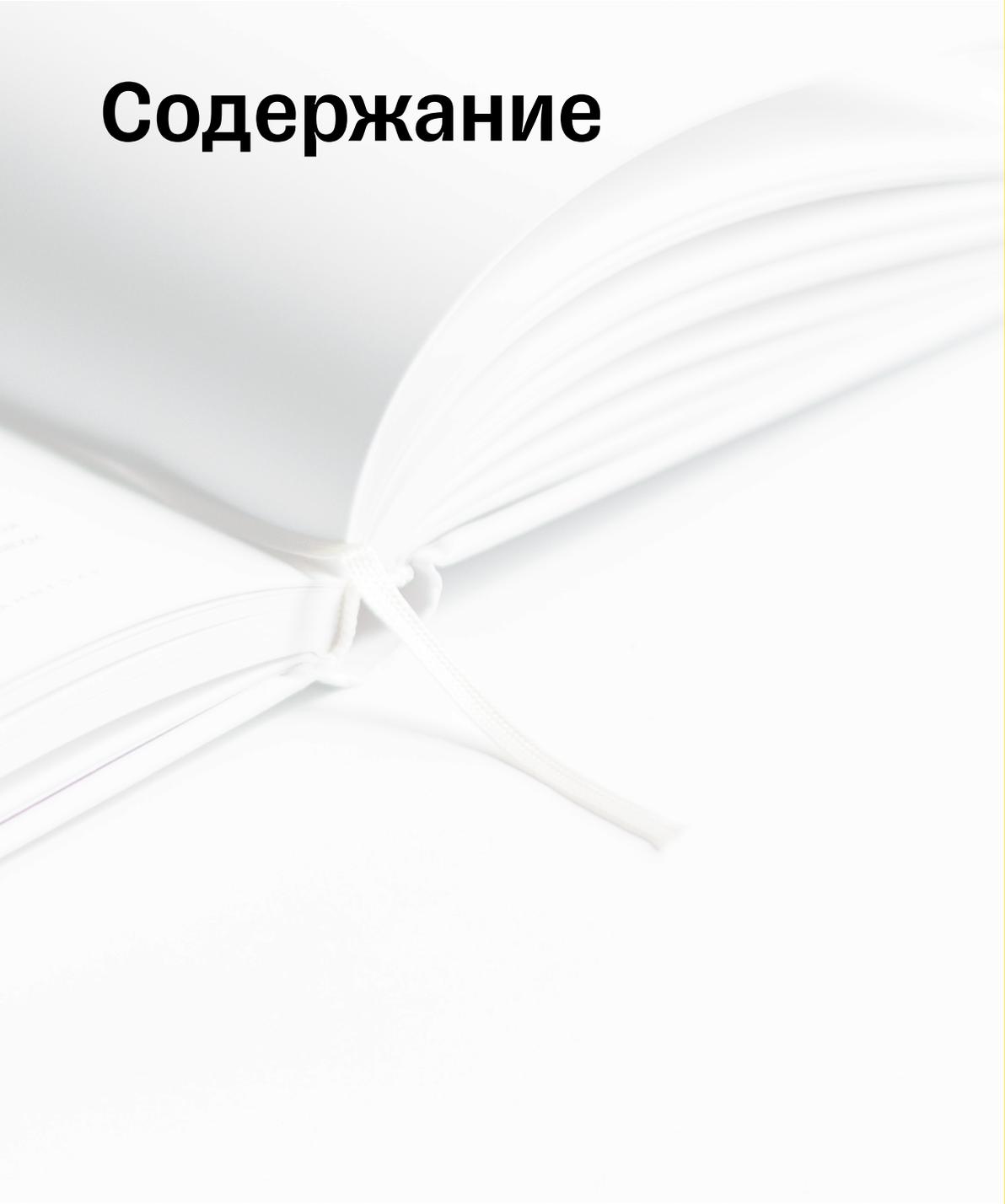
**Не только показываем,
но и продаем**

Майя Маленко | m.malenko@tinkoff.ru

Руководитель отдела по развитию
программ лояльности



Содержание



- 01** Задача притока новых клиентов
- 02** Задача перетока клиентов от конкурентов
- 03** Задача увеличения среднего чека
- 04** Задача охватов
- 05** Площадка для вывода новых позиций на рынок

Задача притока новых клиентов

Итоги кэшбэк механики на продукцию Ласка, Somat



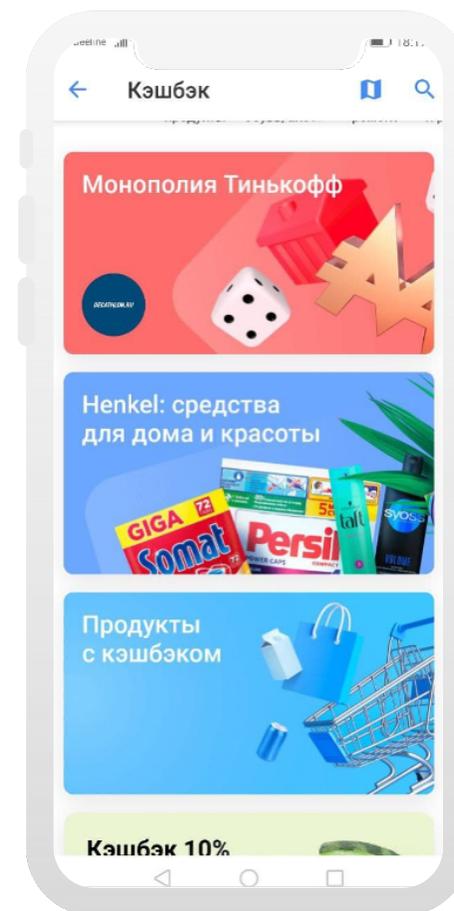
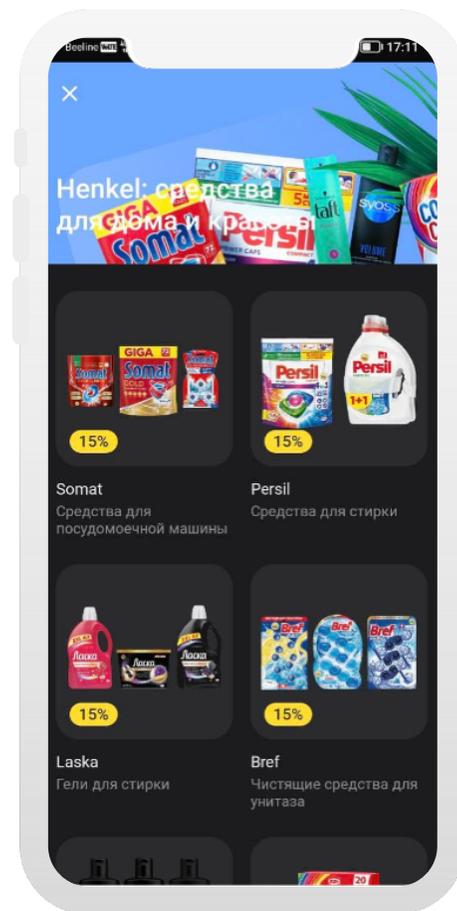
27 декабря 2021г. – 21 января 2022 г.

Ласка

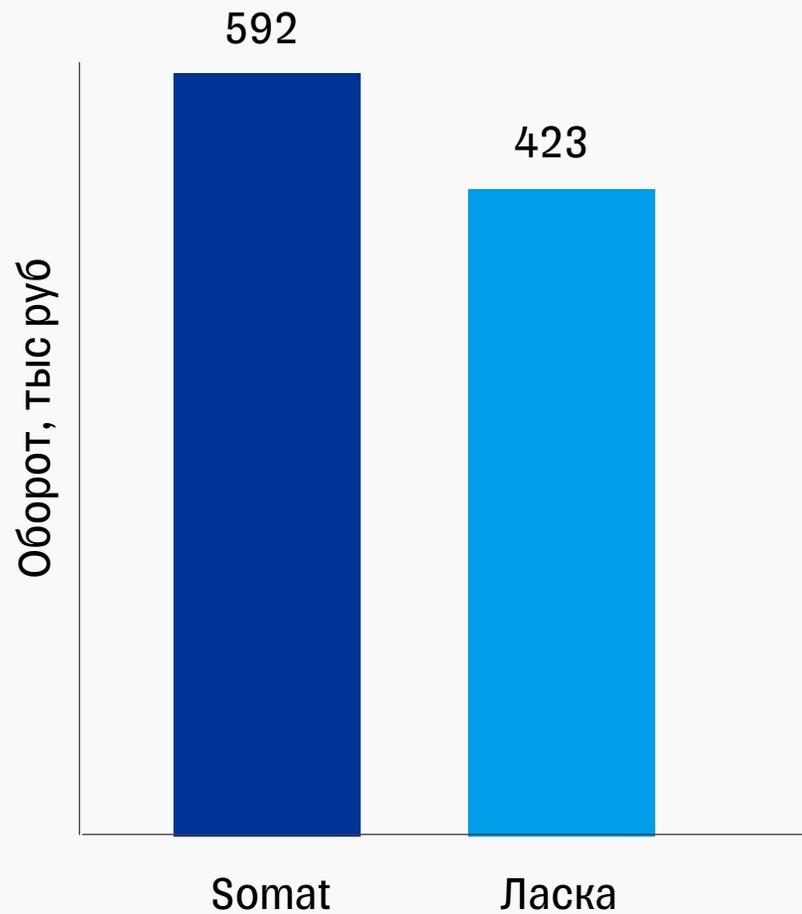
Somat

Механика акции

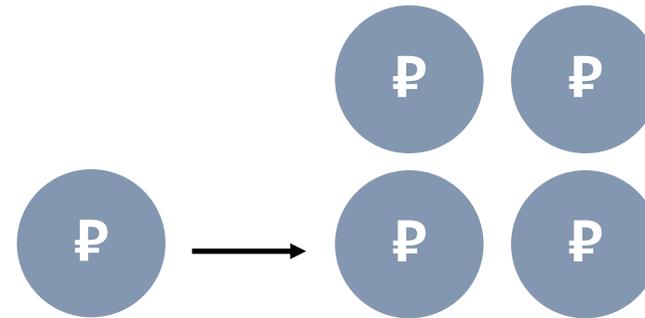
- Кэшбэк 15% на все
- Отдельная промокатегория
- Сравнение с контролем (А/В тест)



Итоги акции



Ласка ROAS



Somat ROAS

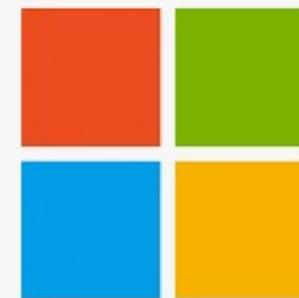


Задача перетока клиентов от конкурентов

Итоги кэшбэк акции на аксессуары
и ноутбуки с Windows в М.Видео



28 июля 2021г. – 28 августа 2021 г.

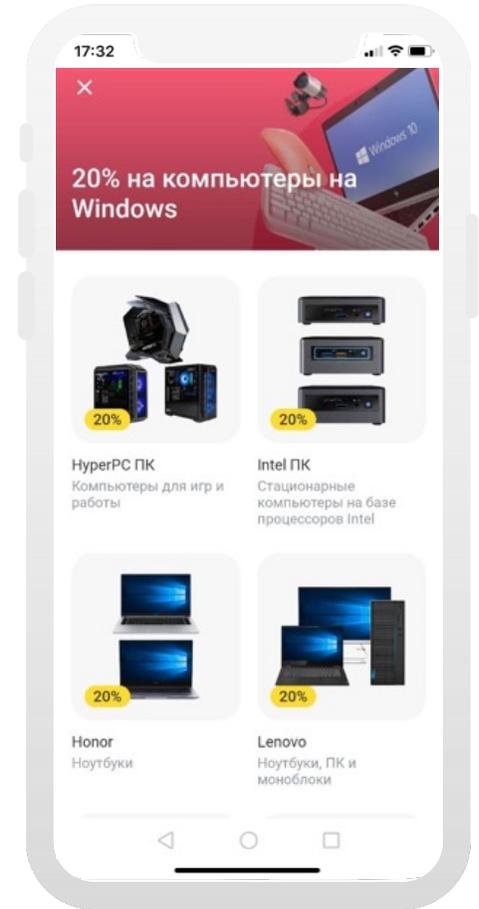
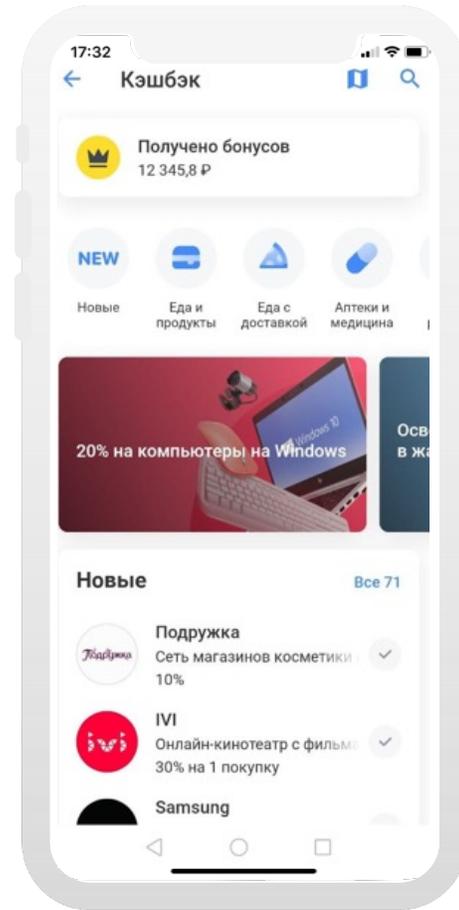


Microsoft



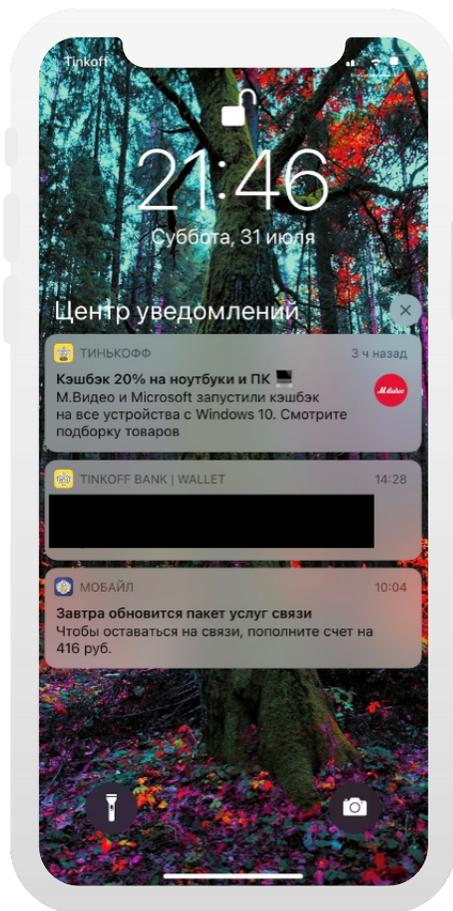
Механика акции

- 20% кешбек на аксессуары, компьютеры, моноблоки и ноутбуки на базе Windows
- Оффер только на новых и спящих клиентов
- Отдельная промокатегория



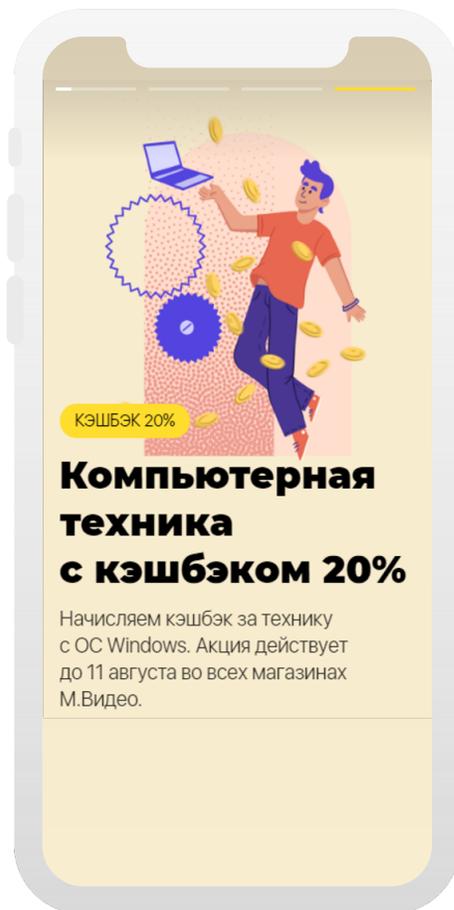
Коммуникации

Всего: 3 млн
коммуникаций



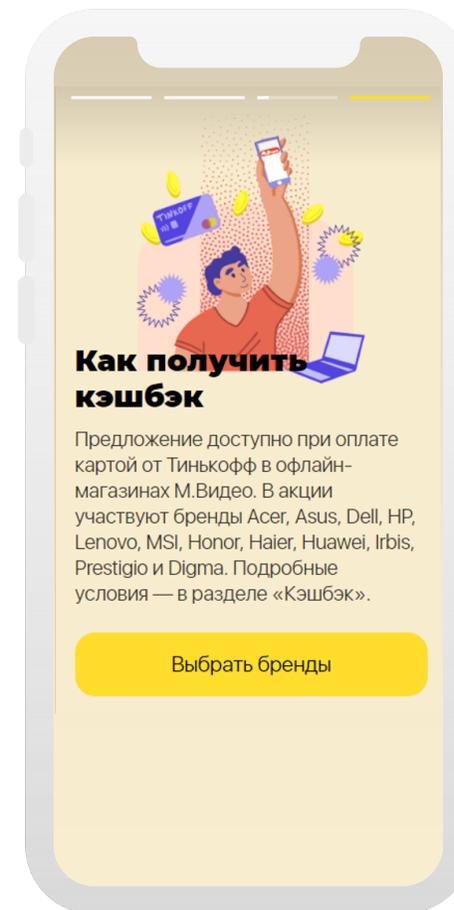
Push-уведомления

Stories



Stories

Stories



Итоги акции

Охват

3,8 млн

Активация

400+ тыс

Оборот

103+ млн

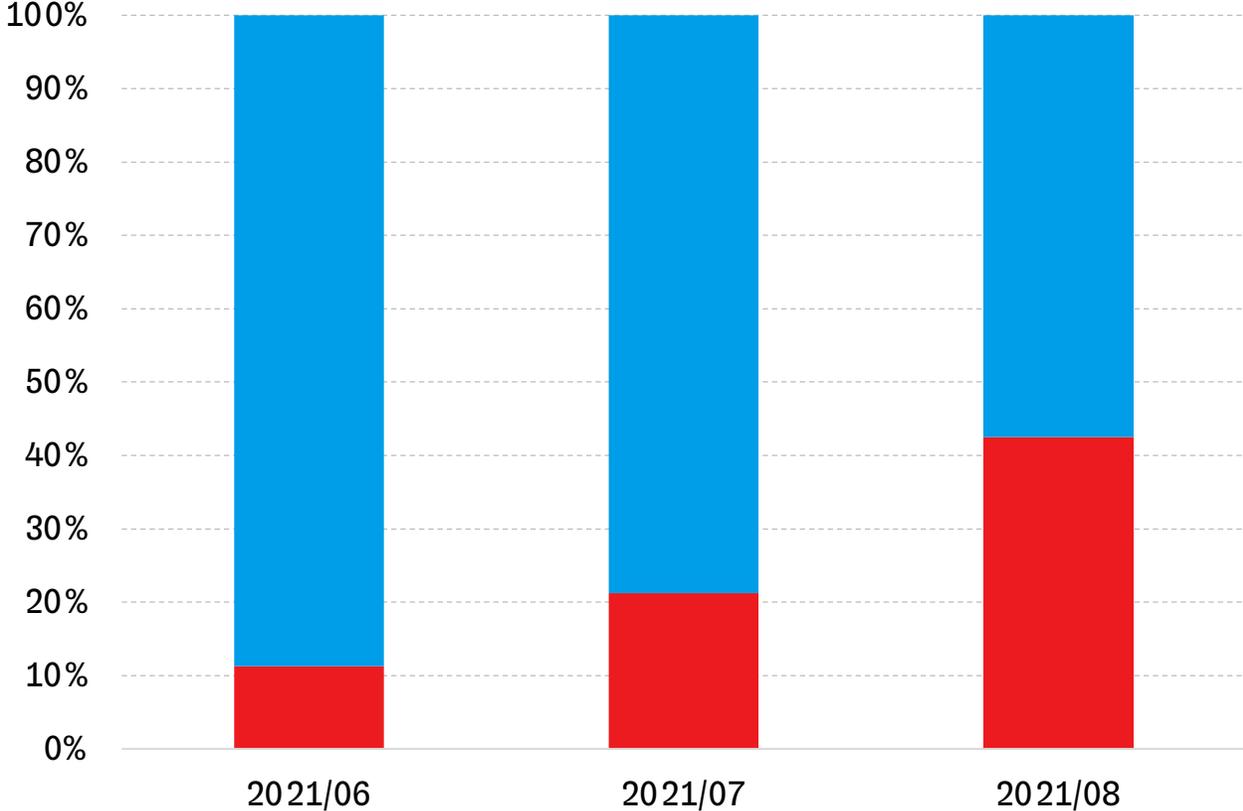
Участники
акции

1580 чел

Итоги акции

Доля продаж ноутбуков

■ М.Видео ■ Два основных конкурента



Задача увеличения среднего чека

Итоги кэшбэк механики на продукцию
Bacardi, Martini, Dewar's, William
Lawson's, Bombay

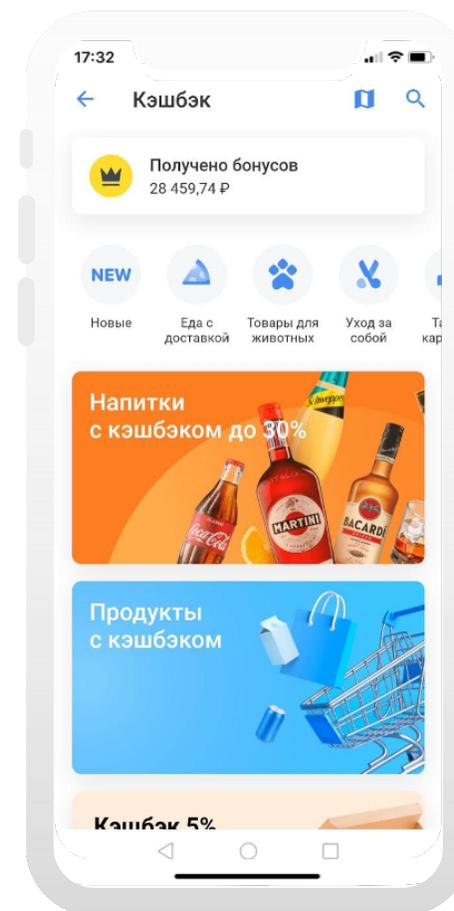
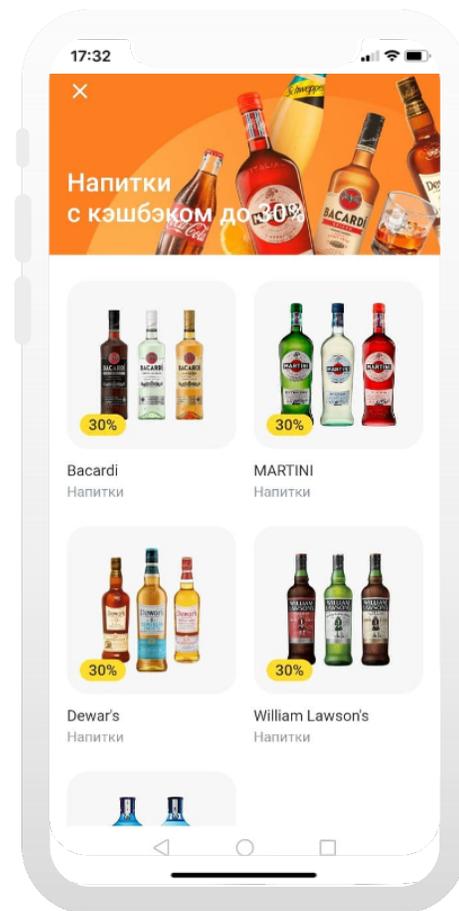


1 октября 2021г. – 31 октября 2021г.



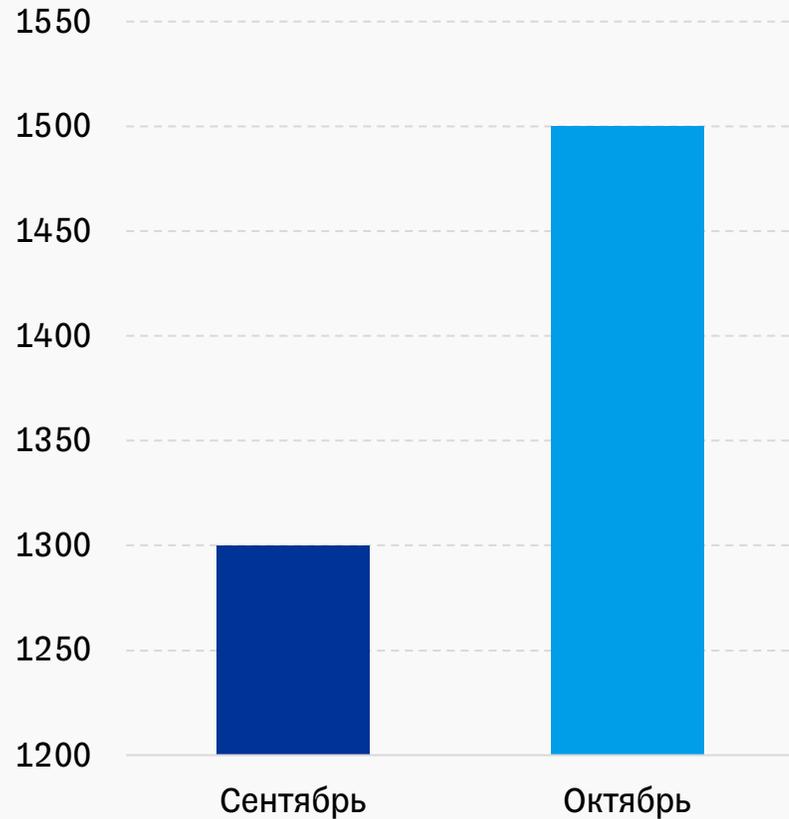
Механика акции

- 30% кэшбэк на 5 брендов Bacardi Group
- Кока-кола: померить аффинитивность у 4 продуктов (schweppes, cola, cola zero, rich)
- Bacardi Group: увеличить средний чек
- Отдельная промокатегория

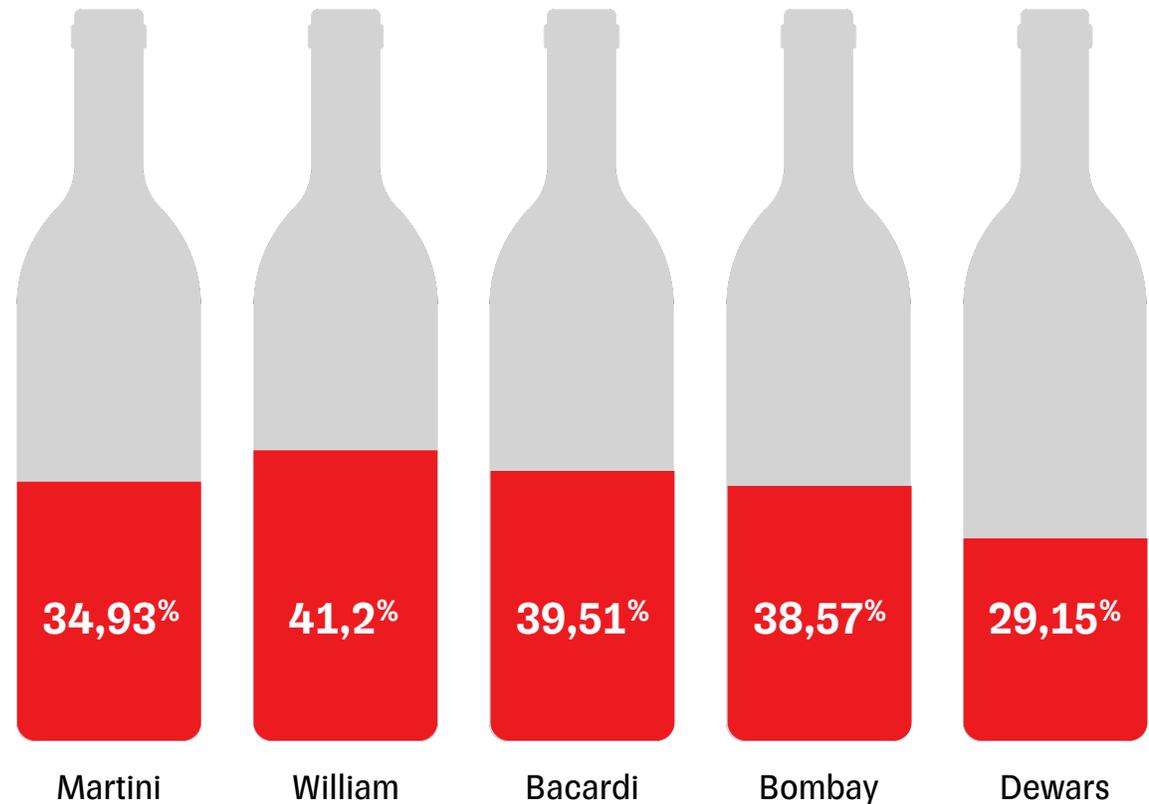


Итоги акции

Средний чек по Bacardi



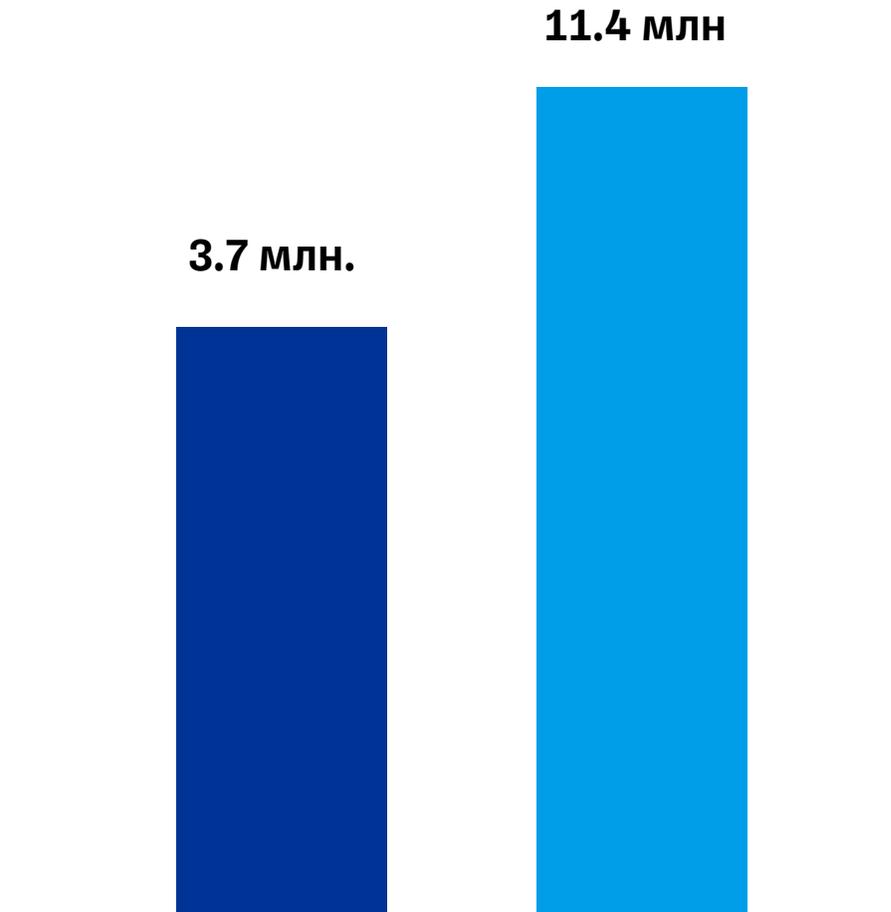
Аффинитивность *Coca-Cola*



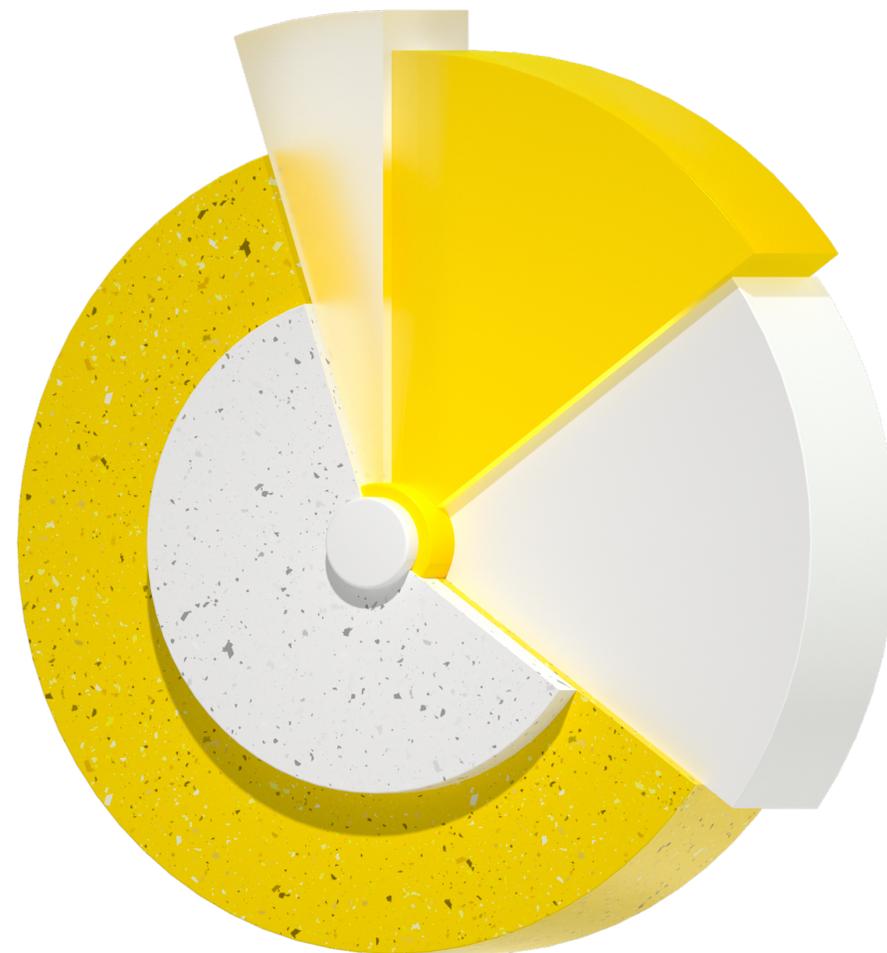
Итоги акции



Суммарно по всем
брендам оборот
увеличился более
чем на **40 млн. ₹**

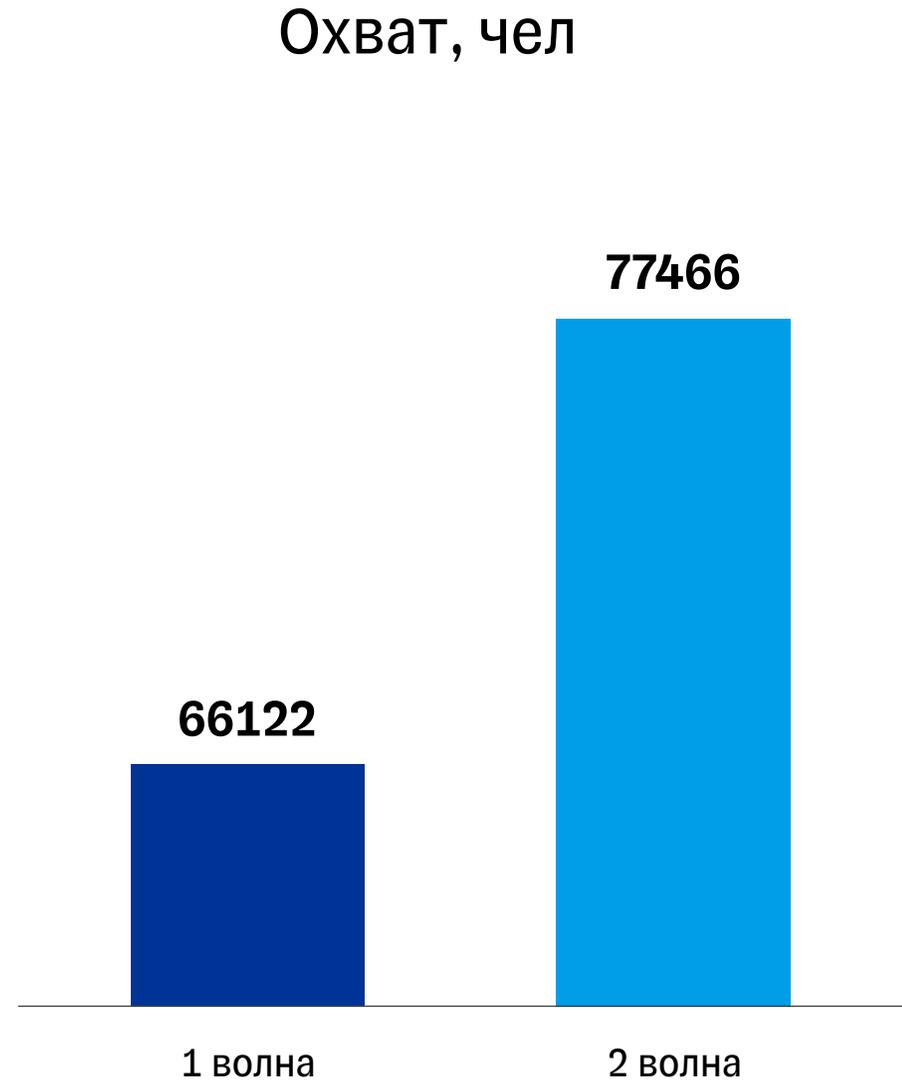


Задача ОХВАТОВ

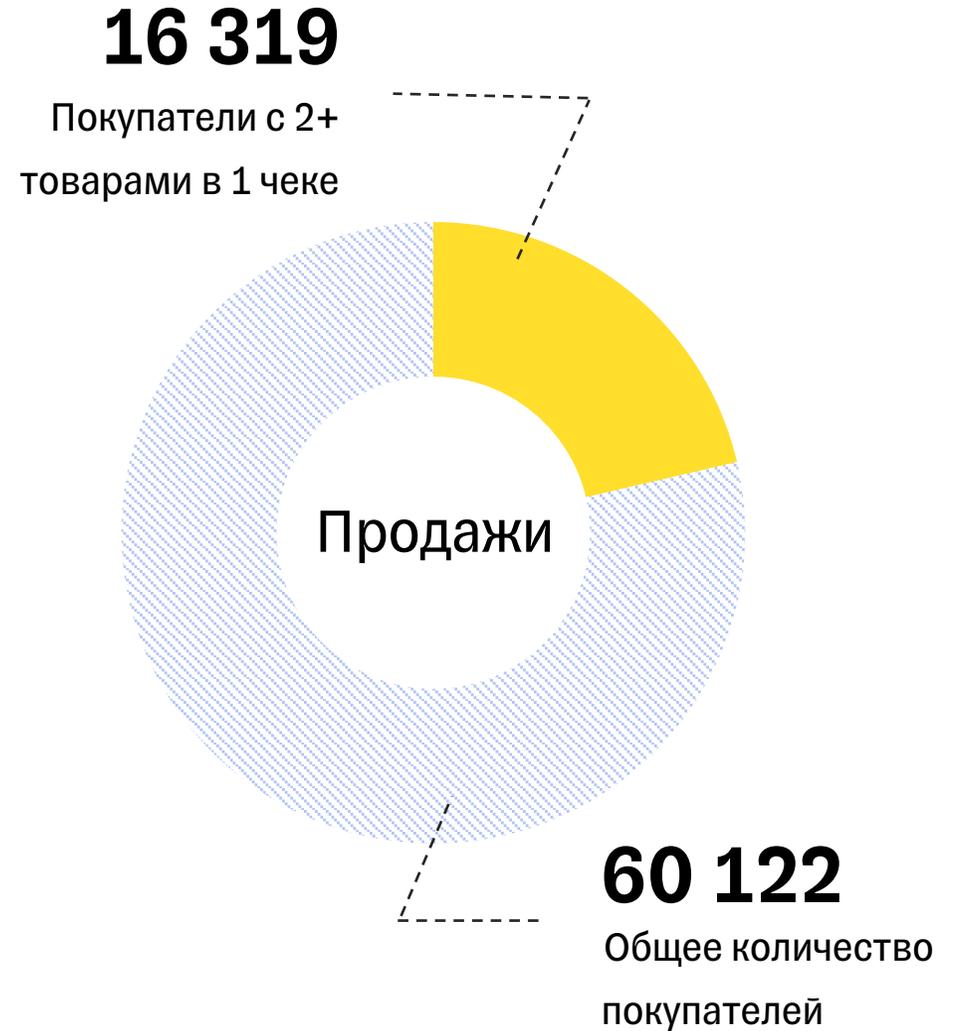


Механика и итоги акции

- Вторая волна кейса с кока-кола и Бакарди
- Индивидуальные промоподборки
- Фокус на тех, кто не купил в 1 волну

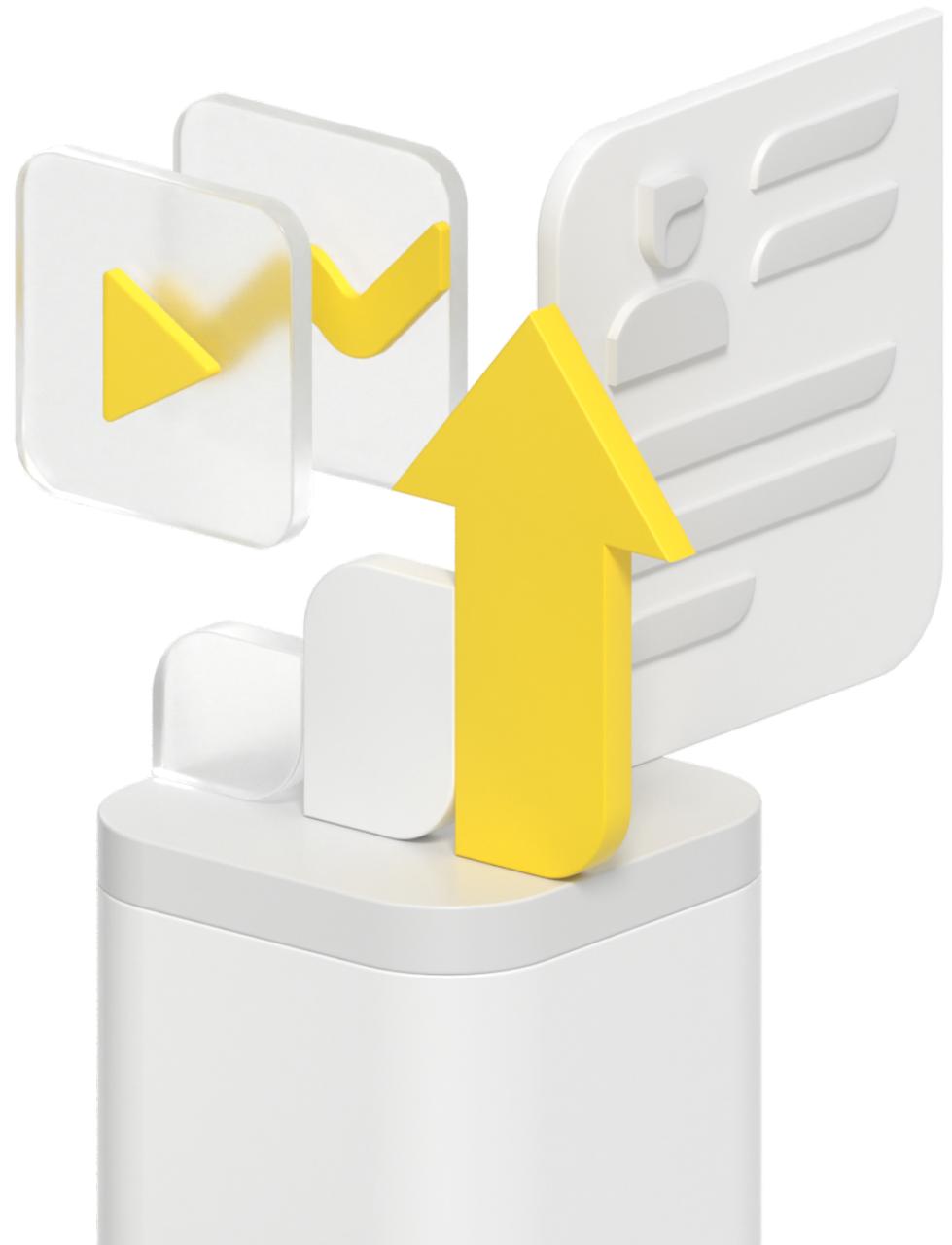


Итоги акции



Вывод новых позиций на рынок

(в процессе)



Механика акции

01

Вывод новых
брендов /СТМ

02

Высокий
процент
кешбека

03

Мульти-
канальность

04

Digital
sampling

Механика акции



1
Настройка оффера
со 100% кэшбэком
в приложении
Тинькофф

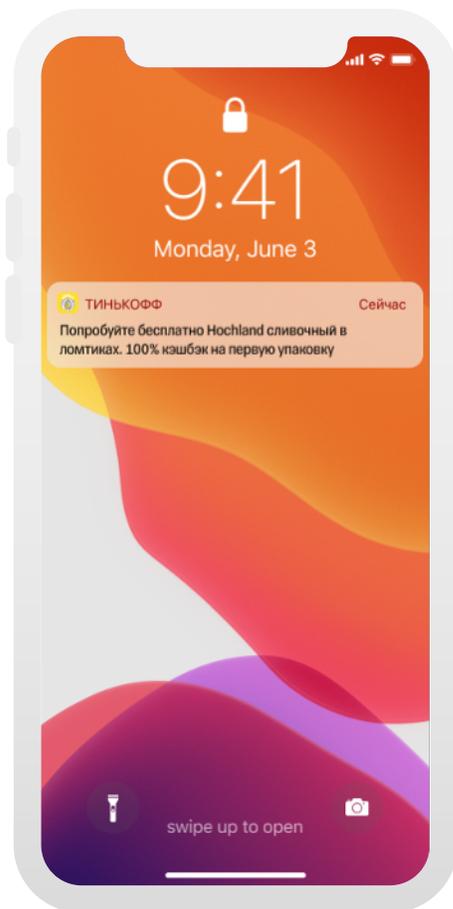
2
Доп.коммуникация
(push,email,stories)

3
Покупка
sample-SKU

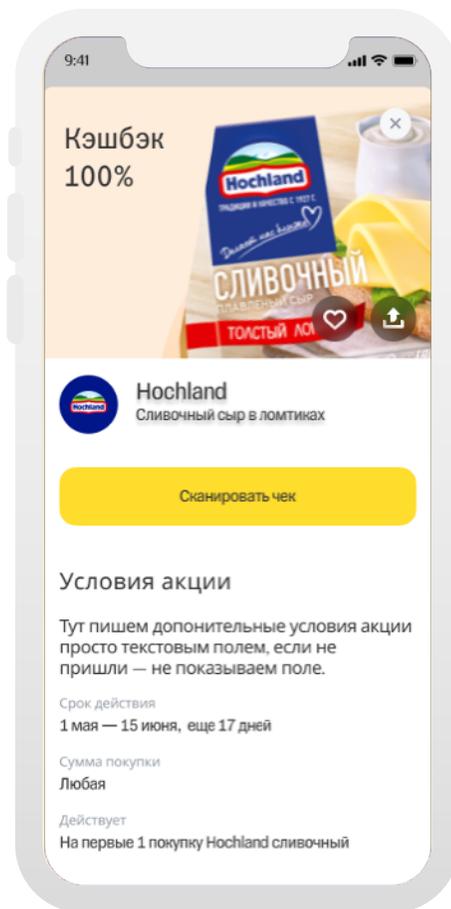
4
Сбор обратной
связи от покупателя

5
Анализ итогов

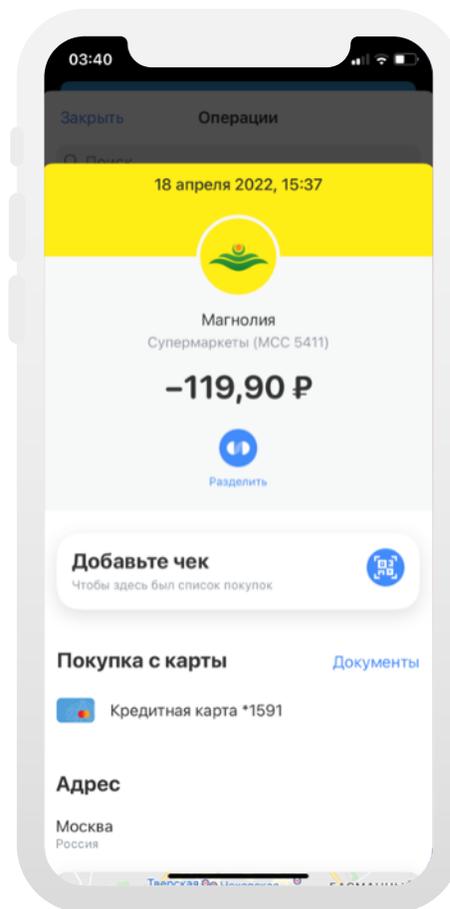
Для пользователя



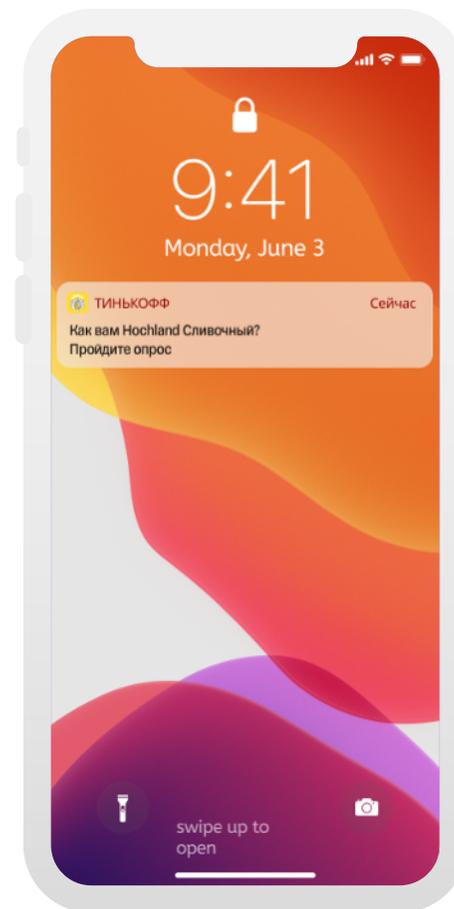
Пуш о сэмплинге



Оффер



Покупка



Пуш с опросом

Задача перетока клиентов от конкурентов

Итоги кэшбэк механики на продукцию
Карат

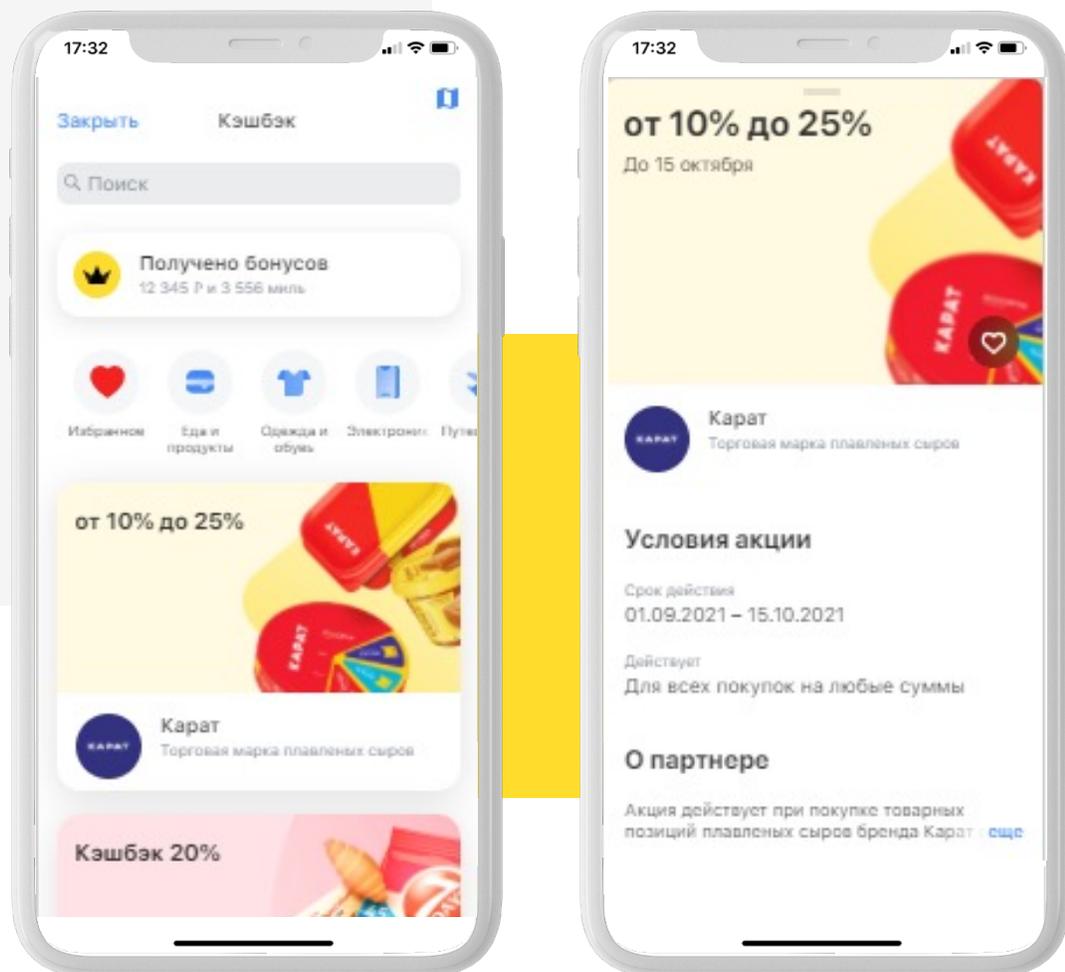


1 сентября 2021г. – 15 октября 2021 г.

A large red rounded rectangle containing the Karant logo. The logo consists of the year '1934' in small blue text above the word 'КАРАТ' in large, bold, blue capital letters.

1934
КАРАТ

Механика акции

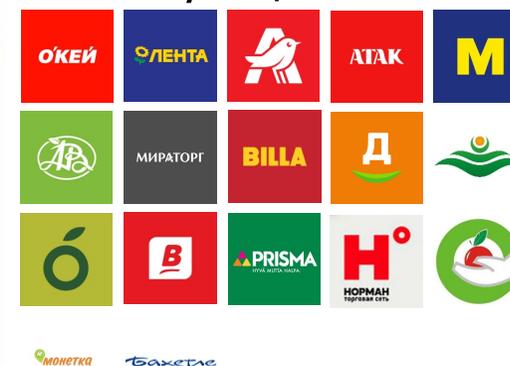


Условия

Кэшбэк 10% на покупки на сумму до 250 р.

Кэшбэк 25% на покупки на сумму от 250 р.

Участвующие магазины



Аудитория и размер кэшбэка

Аудитория	Размер кэшбэка
Все держатели карт Тинькофф	10-25%

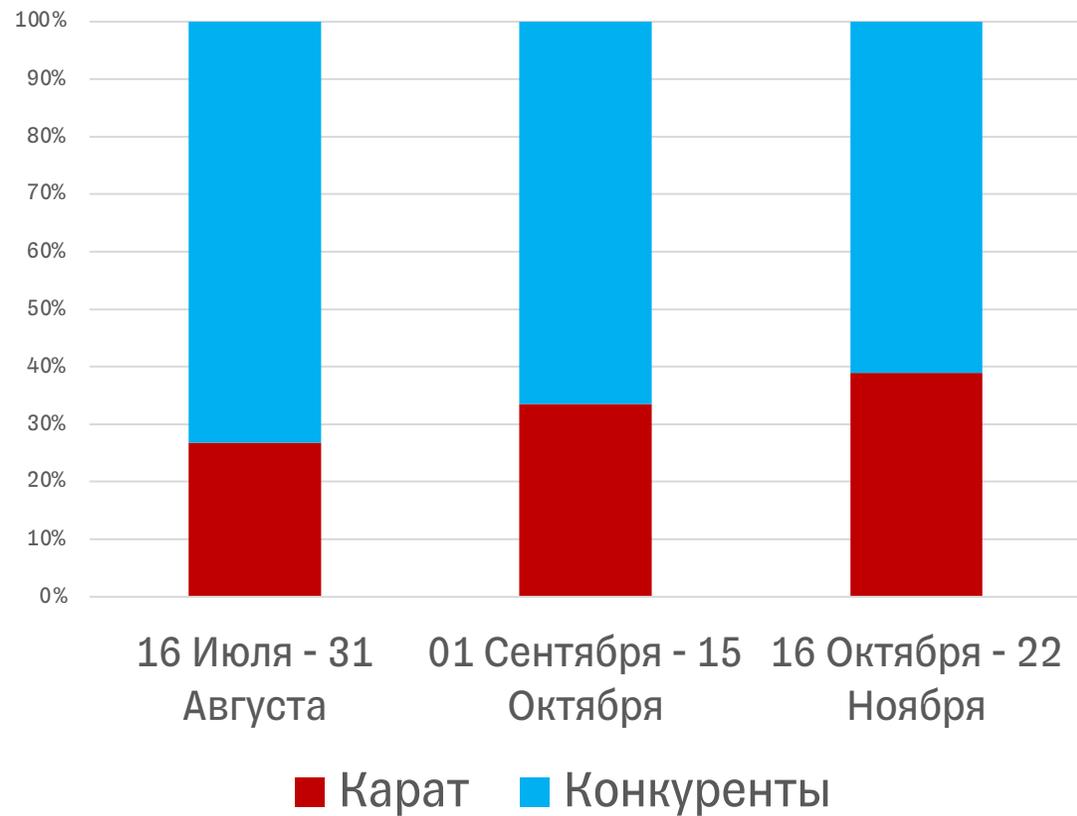


Итоги акции

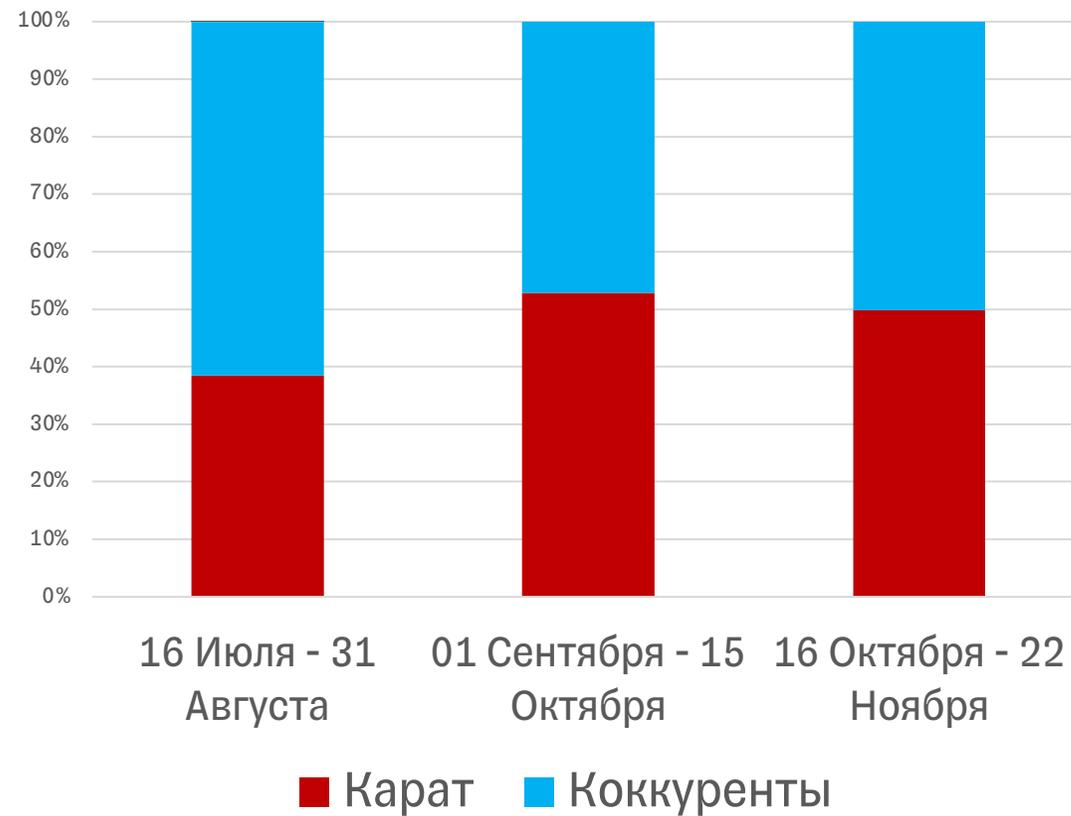


Доля рынка

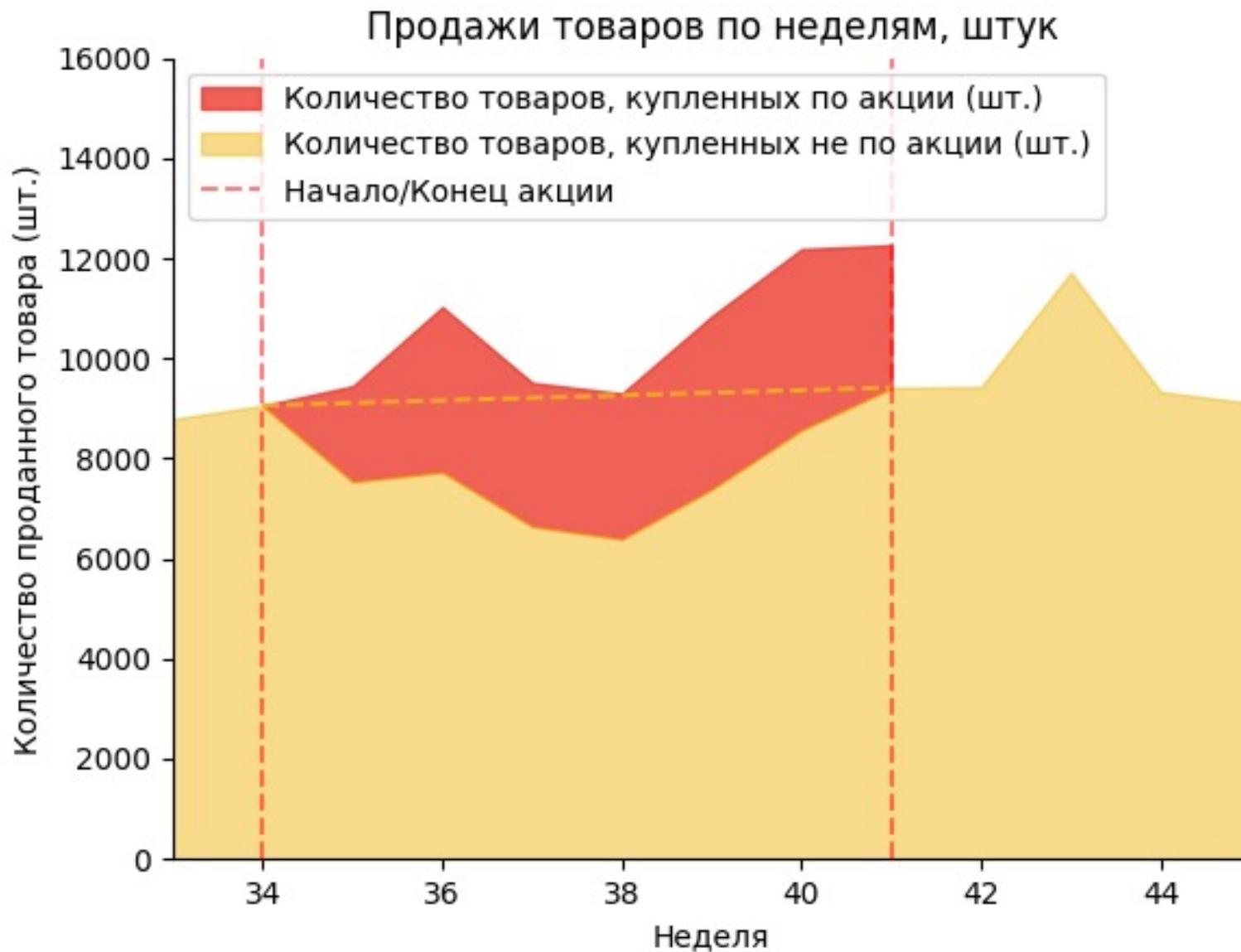
Все клиенты



Активации



Динамика продаж





Tinkoff Sale в ТРЦ Метрополис

Три дня распродаж для держателей карт Tinkoff Bank

Что такое Tinkoff Sale?



25–27

октября 2019 года



- Более 100 партнеров с cashback от 20 до 50% для держателей карт Тинькофф
- 26 и 27 октября fashion-программа с выступлением блогеров и стилистов
- Показы коллекций партнеров акции, конкурсы и подарки

Подарки за покупки у партнеров акции



30 призов по 3 000 ₽
Главный приз – 300 000 ₽



2 приза Apple iPhone XS



Бьюти-услуга на выбор: укладка
Make up или барбер

Призовой фонд

650 000 000 ₽

Как покупатели узнают об акции?

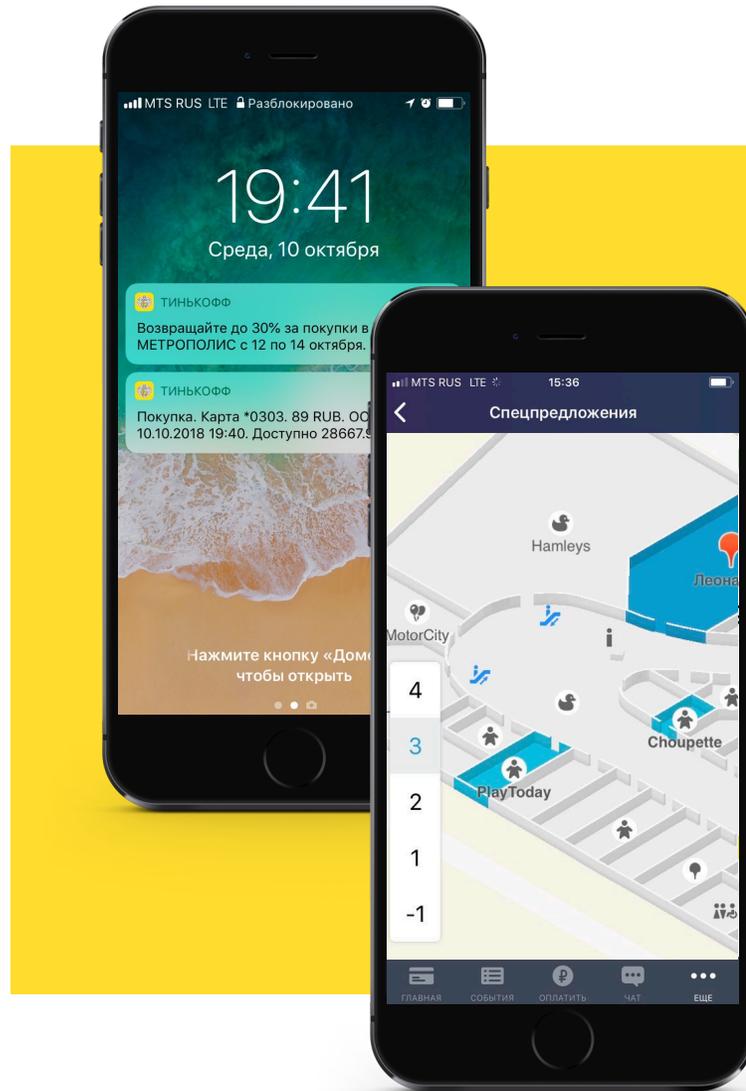


Offline коммуникация

- Наружная реклама (билборды)
- Наклейки на входных группах партнеров
- Indoor
- Брендированный главный атриум ТЦ Метрополис



Как покупатели узнают об акции?



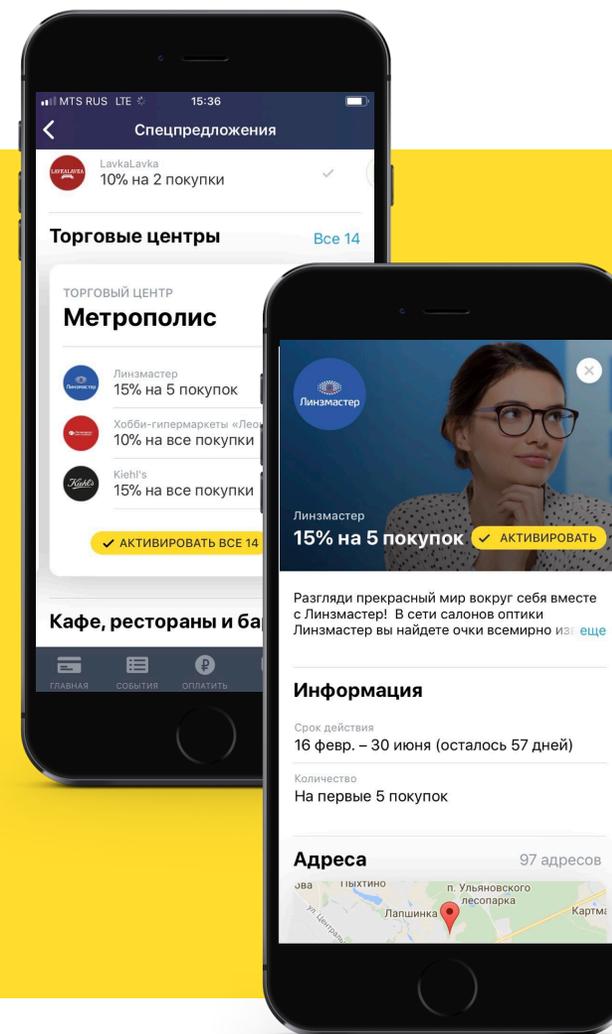
Online коммуникация

- Лендинг с указанием партнеров акции
- Размещение в популярных YouTube каналах
- Размещение на сайтах Тинькофф Банк и Метрополис
- Широкое освещение акции в СМИ и соц. сетях
- Push и email рассылка
- Контекстная и таргетированная реклама

Как покупатели узнают об акции?

Online коммуникация

- Создание раздела Tinkoff Sale с отдельными страницами партнеров
- Размещение Партнера на карте Торгового центра
- Рассылка Push-уведомлений в день проведения акции



Охват аудитории

Примерный охват аудитории

5 406 000 человек

Посетителей в дни проведения акции

255 000 человек



ТИНЬКОФФ

**Спасибо
за внимание!**

