

## Sytuacja wyjściowa:

Firmy korzystają ze standardowych narzędzi marketingowych, służących pozyskaniu klientów, tj. działania ATL, czy promocje cenowe. Ambitne cele przy spadających marżach są dużym wyzwaniem.

W ich osiągnięciu pomaga wprowadzenie multipartnerskich rozwiązań sprzedażowo - lojalnościowych, których unikalną wartością jest bardzo duża, wspólna baza klientów.



## Działania po stronie PAYBACK

1  
krok

Wdrożenie platformy obejmującej rozwiązanie IT, wspólną walutę (punkty) oraz rozpoznawalną markę PAYBACK

2  
krok

Działania marketingowe na platformie PAYBACK:

- dostęp do bazy uczestników programu PAYBACK 8,3 mln aktywnych Uczestników i platformy kuponowej
- doradztwo w zakresie mechaniki działań promocyjnych i skonstruowania atrakcyjnej oferty produktowej/usługowej dla potencjalnych klientów
- targetowane kampanie direct marketingowe (SMS, e-mail, mobile, web, papier)
- analizy i modele scoringowe dla potencjalnych klientów, geolokalizacja i geotargetowanie

3  
krok

Działania cross-partnerskie:

- udostępnianie platformy marketingowej PAYBACK
- działania na bazie danych umożliwiające wyselekcjonowanie tylko potencjalnie nowych klientów

## Działania po stronie Partnera

1  
krok

Integracja marki PAYBACK z marką Partnera w komunikacji marketingowej we wszystkich kanałach – direct, ATL, BTL, POS

2  
krok

Przygotowanie atrakcyjnej oferty produktowej/usługowej dla potencjalnych klientów

3  
krok

Działania cross-partnerskie polegające na wzajemnym, aktywnym komunikowaniu swoim klientom (w swoich kanałach marketingowych) oferty drugiego Partnera

## Wyniki po wdrożeniu rozwiązania PAYBACK

od 4%  
do 8%

Średnioroczny wzrost  
liczby nowych klientów\*  
(w odniesieniu do bazy)

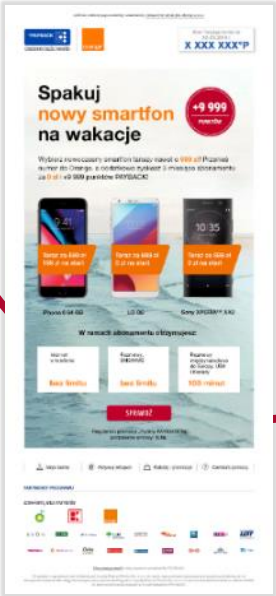
od 3%  
do 6%

Średnioroczny przyrost  
sprzedaży dzięki nowym  
klientom\*

Działania  
cross-  
promocyjne  
Parterów



Działania do  
bazy PAYBACK



Przykłady

\*Uśredniony efekt PAYBACK na podstawie danych z rynku europejskiego