

# CASE STUDY: WZROST CZĘSTOTLIWOŚCI ZAKUPÓW



## Sytuacja wyjściowa:

Istnieje wyraźny trend spadku lojalności klientów wobec marek reprezentujących masowe produkty lub usługi. Odpowiedzią firm na to zjawisko jest organizowanie akcji promocyjnych zachęcających klientów do jak najczęstszych zakupów w ich placówkach.

PAYBACK dostarcza w tym zakresie skuteczne rozwiązanie, które oferuje dodatkowe korzyści i jest tańsze niż średnie koszty działań rabatowych.



## Działania po stronie PAYBACK

1  
krok

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

2  
krok

Działania na multipartnerskiej bazie danych PAYBACK:

- identyfikowanie klientów z największym potencjałem do wzrostu częstotliwości zakupów (zaawansowane modele behawioralne)
- doradztwo w zakresie mechaniki działań promocyjnych i skonstruowania atrakcyjnej oferty produktowej/usługowej dla potencjalnych klientów

3  
krok

Działania marketingowe na platformie PAYBACK:

- dostęp do bazy uczestników programu PAYBACK 8,3 mln aktywnych Uczestników i platformy kuponowej
- opracowanie komunikatów i materiałów promocyjnych
- targetowane kampanie direct marketingowe (SMS, e-mail, mobile, web, papier)
- działania cross-partnerskie polegające na wzajemnym, aktywnym komunikowaniu swoim klientom (w swoich kanałach marketingowych) oferty drugiego Partnera

## 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

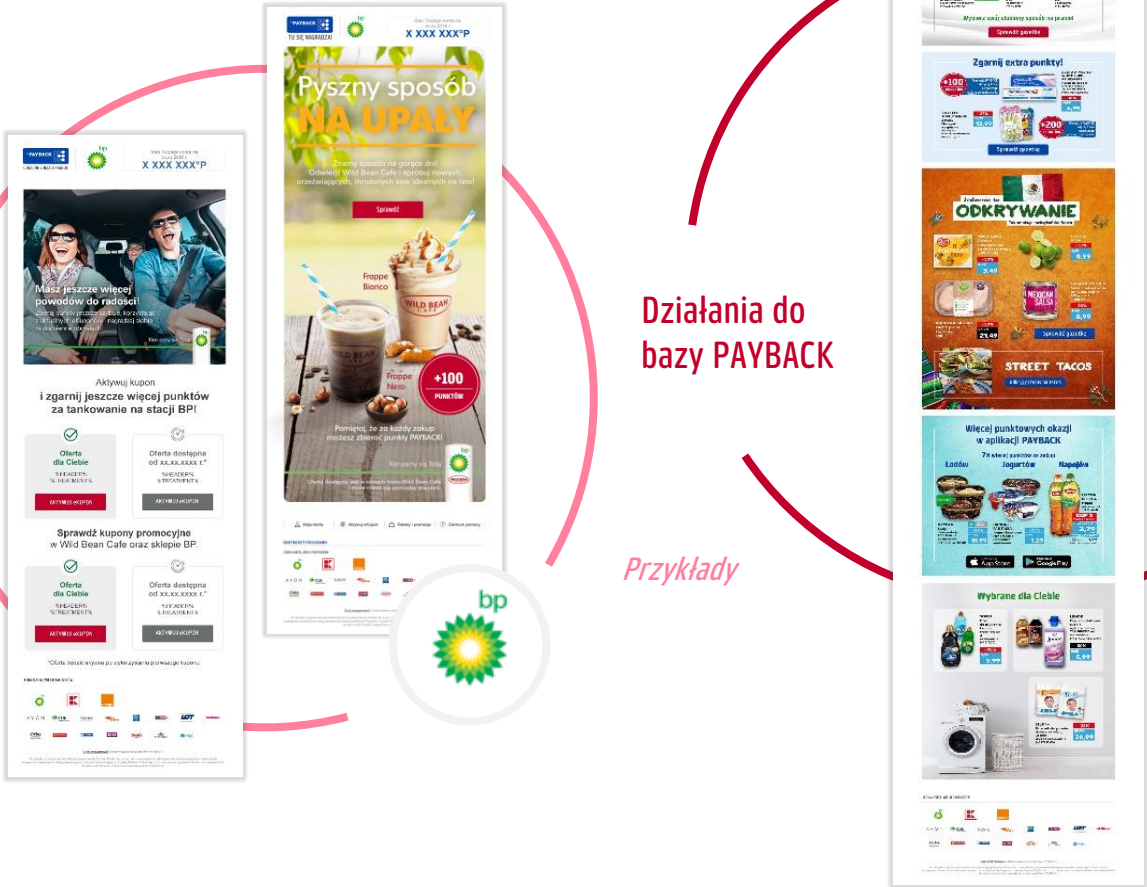
3  
krok

Akceptacja strategii komunikacji i materiałów promocyjnych

# Wyniki po wdrożeniu rozwiązania PAYBACK

od 2%  
do 6%

Wzrost wartości klienta\*  
(efekt zwiększonej  
częstotliwości zakupów  
i wartości koszyka)



Działania do bazy PAYBACK

Przykłady



\*Uśredniony efekt PAYBACK na podstawie danych z rynku europejskiego