

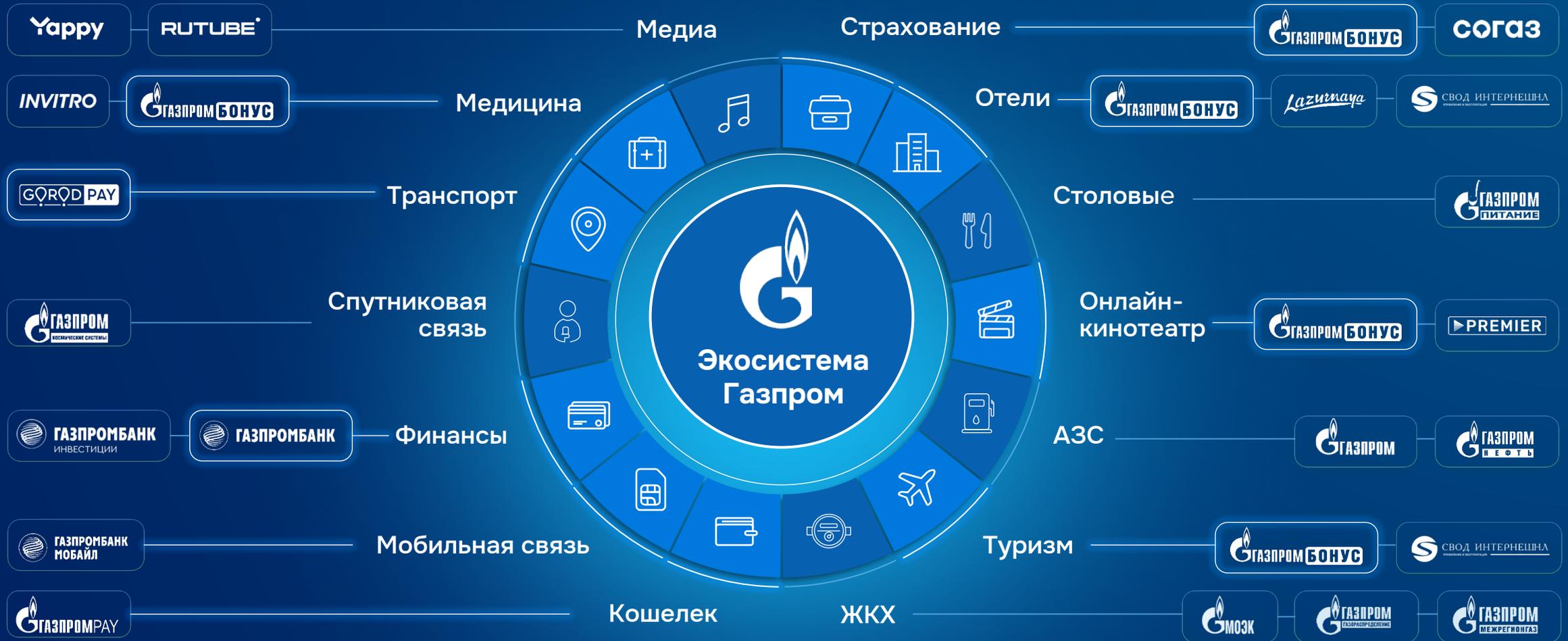


Идеальная лояльность

Мария Бартюк

генеральный директор подписки Газпром Бонус

Лояльность и подписка Газпром Бонус как часть большой экосистемы ГК Газпром

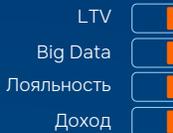


Пользователи хотят получать
выгоду без активного участия.
Клиенты выбирают не программы,
а бесшовный опыт

Бесшовный опыт клиента в экосистеме



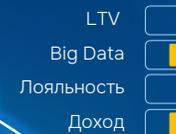
Оплата за газ
через Gazprom Pay
и выдача моментальной карты



+ 2 продукта



Супероффер
и подключение
Программы лояльности



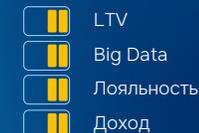
+ 2 продукта

Легкий и универсальный вход
Семейный доступ с Единым ID



Продуктовый бандл

+ 2 продукта



Обмен бонусов
между сервисами

Вовлечение клиента за счет:

- Бесшовного входа в любой сервис
- Удобного управления ежедневными сервисами
- Накопления и обмена бонусов лояльности



Выгодное
предодобренное
предложение

+ 1 продукт



Подключение
онлайн-кинотеатра
за бонусы лояльности

+ 1 продукт

Набор элементов «идеальной» программы лояльности экосистемы

- Достижения
- Мероприятия
- Сообщества

**Эмоцио-
нальный**

- Работа не только с покупками
- Вовлечение семьи, друзей

- Интегрированная подписка
- Геймификация
- Доп. преференции

**Функциональный
(немонетарная мотивация)**

- Совмещение лояльности и средств платежа
- Эксклюзивные возможности
- Расширение утилитарности лояльности

- Единый курс списания
- Все компании группы
- Внешние партнеры

**Гигиенический
(монетарная мотивация)**

- Начисление и списание – везде
- Кросс-продажи
- Гарантированное начисление бонусов

Уровни

Востребованность элементов лояльности среди клиентов

- Высокая привлекательность кешбэка и скидок рублями, персонализированных предложений объясняется их понятностью и прямой выгодой
- Низкий интерес к рассрочкам и нефинансовым стимулам может быть связан с их сложностью и необходимостью большего вовлечения клиента для получения выгоды

Привлекательность для клиентов различных элементов ПЛ, %



■ доля респондентов, считающих элемент **привлекательным**

■ доля респондентов, считающих элемент **НЕ привлекательным**

Исследование оценок и ожиданий клиентов программ лояльности и подписок // Skolkovo Fintech Hub, 2024.
«Q7. Если рассмотреть самые распространенные элементы программы лояльности, то какие вы считаете наиболее привлекательными для себя, а какие наименее привлекательными? Оцените каждый элемент».

«Идеальная»

программа лояльности глазами клиентов

- Клиенты отдают предпочтение простым и понятным преимуществам, которые напрямую влияют на их повседневные расходы и дают ощутимые выгоды
- Важность несгораемых бонусов и гибкой системы накопления свидетельствует о желании пользователей максимально использовать преимущества программы лояльности на долгосрочной основе

Параметры «идеальной» программы

Бонусы не сгорают или имеют **очень долгий «срок жизни»** **67%**

Единая система бонусов, которые можно накапливать и тратить в разных компаниях **57%**

Большое количество **скидок от партнеров** **50%**

Специальные условия или скидки в праздничные дни или в ДР **47%**

Возможность обменивать бонусные баллы на подарочные карты и сертификаты **42%**

Персонализированные бонусы и скидки на основе предпочтений **41%**

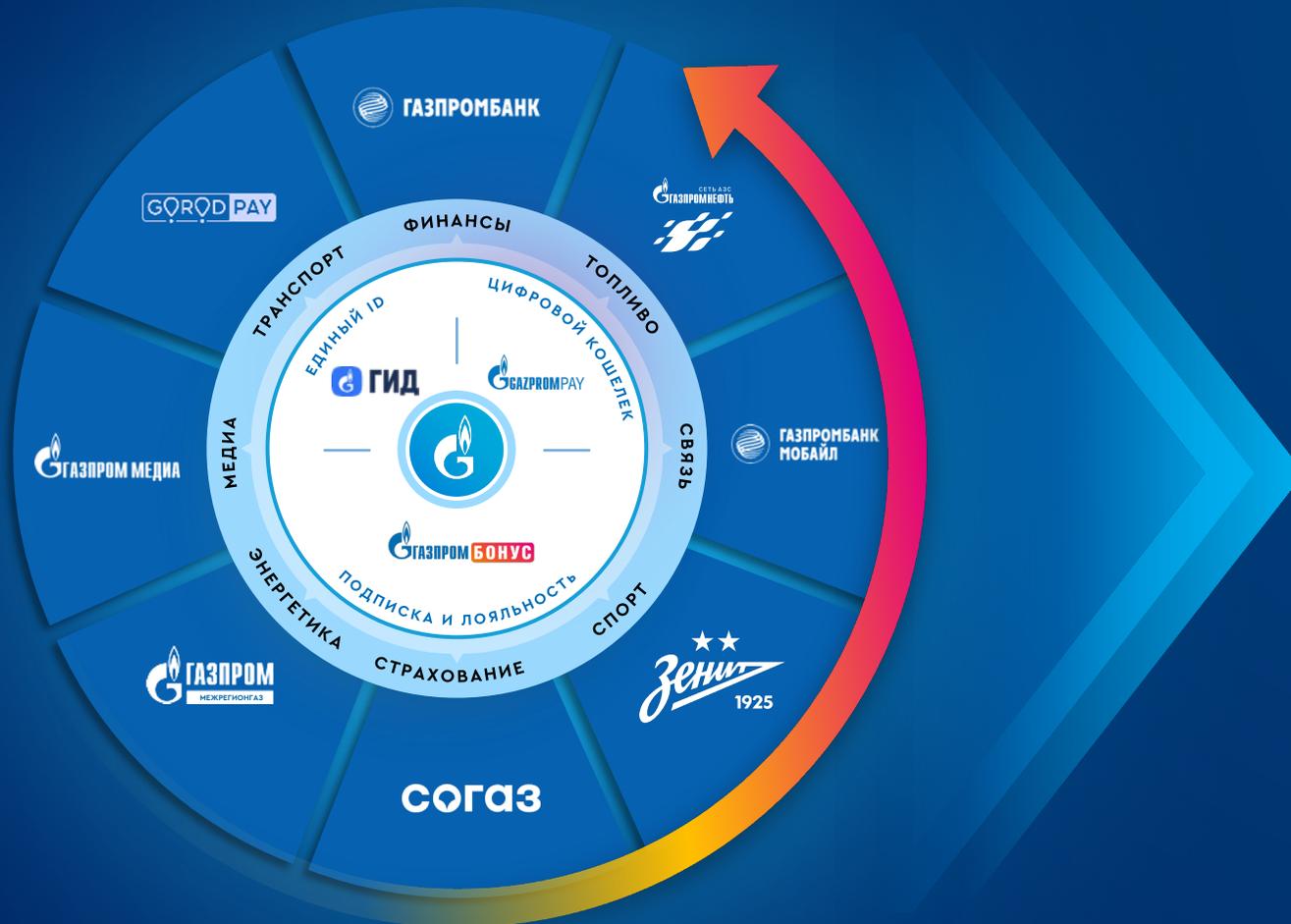
Неожиданные и необходимые подарки **40%**

Привилегии для постоянных клиентов (напр., приоритетное обслуживание) **39%**

Накопительные уровни участия, открывающие дополнительные привилегии **37%**

Эксклюзивные предложения и акции только для участников программы **33%**

Лояльность Газпром Бонус – элементы и принципы



Привилегии

- Персональные предложения для всей семьи
- Продукты компании Группы Газпром под сильным единым брендом

Бонусы

- Единый клиентский опыт и валюта лояльности
- Прием во всех компаниях Группы
- Честные правила

Сообщества

- Привлечение и удержание клиентов внутри Группы
- Игровые механики: уровни, задания

Не деньги

- Доступ к акциям и привилегиям
- Дарится клиенту за вовлеченность

Миссия Газпром Бонуса —

дать людям возможность
ежедневно покупать с выгодой
и делать мечту доступнее

Общаемся с клиентами
простым и понятным языком

Просто

Всегда показываем
актуальную выгоду

Выгодно

Предлагаем эксклюзивные
офферы по интересам, бесшовно

Ценно



ГАЗПРОМ БОНУС — ЭТО

Эксклюзивные доступы



Бонусы за покупки



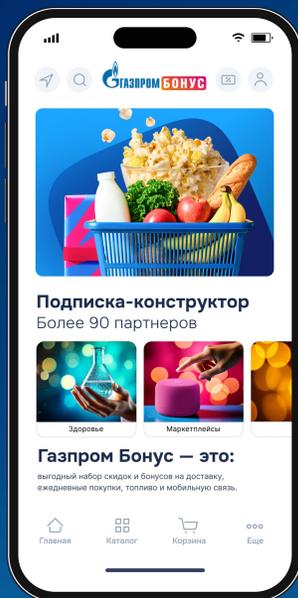
Возможность исполнить **МЕЧТУ**



Продуктовый ряд Газпром Бонус



Мультиподписка
для каждого



B2C



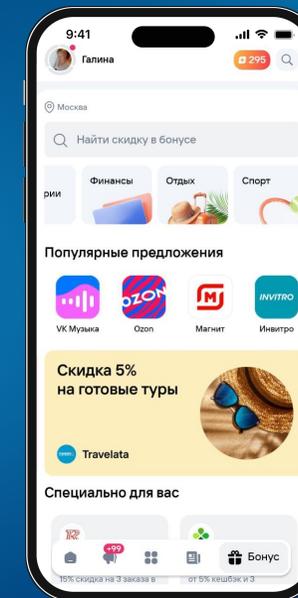
Подписка и программа лояльности
для клиентов Газпромбанка



B2B2C



Корпоративная мультиподписка
для сотрудников Группы Газпром



Подписка Газпром Бонус



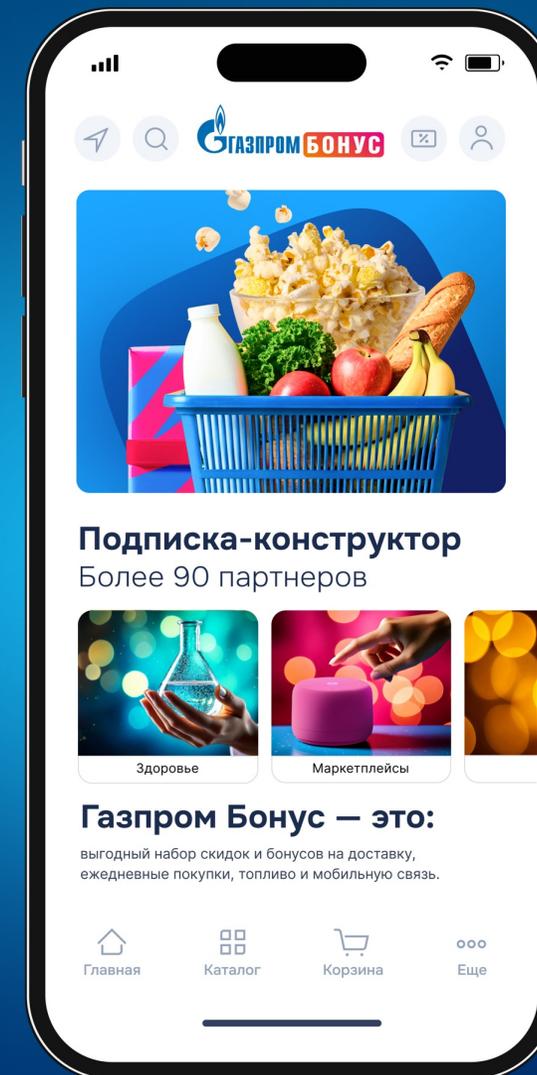
- **Эксклюзивный набор** скидок и бонусов от популярных брендов
- **Первая кастомная подписка**, которая настраивается под каждого клиента
- **Открытая демонстрация прогнозной выгоды** от каждого предложения еще до оформления подписки
- **4 первых места из 9 категорий** в рейтинге Frank RG среди подписок

№1
подписка в России*

>3,5 млн
пользователей

100+
партнеров

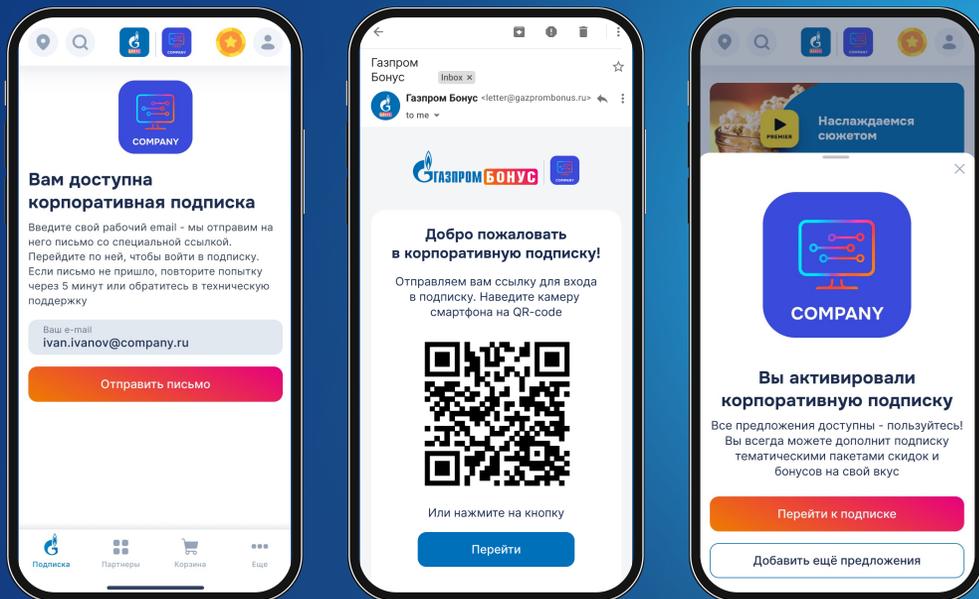
>3 500
₽ экономия в месяц



* По версии Frank RG, 4 первых места из 9 в рейтинге выгодности

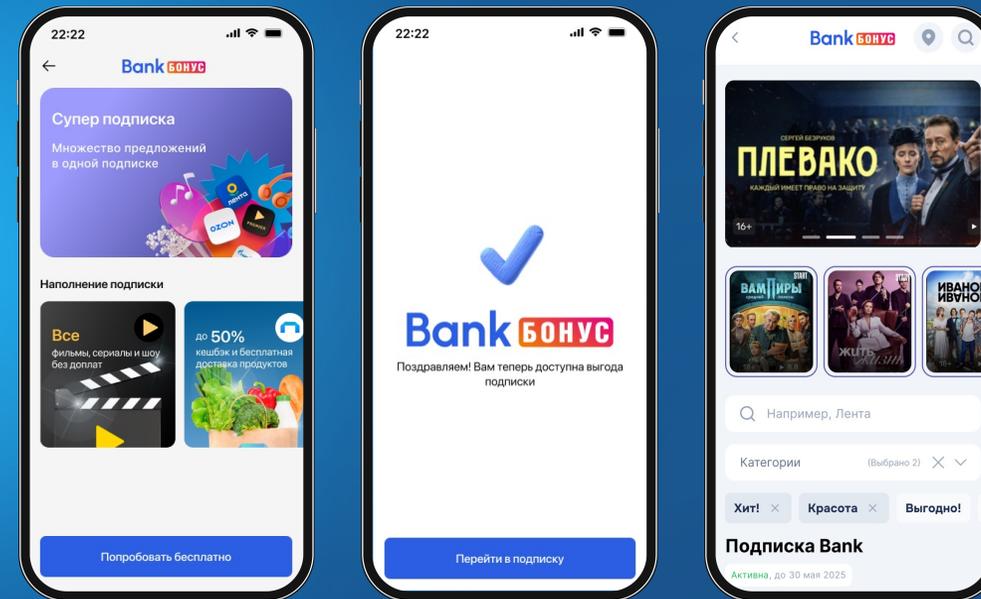
Корпоративная подписка

- Лучшие предложения доступны для ваших сотрудников
- 150+ партнеров подписки
- Брендирование под заказчика
- Быстрый запуск
- Повышение лояльности сотрудников



White Label подписка

- Готовое решение для запуска подписки под брендом заказчика
- Добавление ценности к существующему продукту
- Простая интеграция в ваше приложение/сайт
- Гибкая настройка
- Повышение лояльности клиентов без существенных затрат



Новая лояльность — это не про скидки, а про предвосхищение потребностей

3 шага, которые надо делать уже сегодня

1

Тестировать

«невидимые»
механики

2

Создавать

геймификацию
и немонетарную
мотивацию

3

Инвестировать

в ИИ-инфраструктуру



Мария Бартюк

генеральный директор
подписки Газпром Бонус