

Как Абрау-Дюрсо выстроила экосистему удержания гостей

от разрозненных направлений к единой системе лояльности



Марина Подпригорова
Руководитель комьюнити
проекта ГК «Абрау-Дюрсо»
Abrau Club



Юлия Гребнева
Руководитель отдела CRM-
маркетинга PremiumBonus

Один визит — много поводов остаться



Курорт и впечатления

Экскурсии, винные дороги, гастрошкола, SPA, яхт-клуб и др. активности



Рестораны

16 ресторанов (5 городов)



Проживание

Отели



Abrau Club

Комьюнити, мероприятия, статусы, персональные предложения



Розница

«Ателье вина» – фирменные магазины



E-commerce

Маркетплейс авторского российского вина **VINO.RU**



Abrau Club Store

Одежда, аксессуары, косметика и товары для дома

Как было раньше: разрозненная архитектура

≈ 65,5 тыс. гостей

Данные, автоматические сценарии и точки продаж были распределены между несколькими независимыми контурами

41 точка

Работала
с бонусами

10 точек

Работали
со скидками

11 точек

вне общего
контура программы



- Локации ЦВТ Абрау-Дюрсо
- Рестораны 1870 и Ателье вина в Москве

22 000 клиентов
(5 304 в Москве)

МЕХАНИКА:
БОНУСЫ



Ателье вина –
франчайзинг

- Воронеж
- Краснодар
- Тюмень
- Ростов-на-Дону
- Иркутск

7 250
клиентов

МЕХАНИКА:
БОНУСЫ

БОНУС плюс
COCOS

Магазин одежды

- Москва
- Новороссийск
- Сочи
- Ростов-на-Дону

20 000
клиентов

МЕХАНИКА:
БОНУСЫ

Bitrix24



2 000
клиентов

МЕХАНИКА:
СКИДКИ

ВНЕ ОБЩЕГО
КОНТУРА
ПРОГРАММЫ

- 11 точек
- Ателье вина – франчайзинг (разные города)
- Рестораны 1870 (ГУМ, Домодедово, Новороссийск, Баку, Ростов-на-Дону)

МЕХАНИКА:
СКИДКИ



Бонусная система

5 159
клиентов

МЕХАНИКА:
СКИДКИ



Ателье вина –
франчайзинг (Анапа)

3 755
клиентов

МЕХАНИКА:
СКИДКИ

Какие проблемы создавала разрозненность



Для гостя

Лояльность заканчивалась на границе конкретного направления.

- гость не мог воспользоваться своей картой лояльности в другом регионе или направлении бизнеса.
- гость не понимал, что Абрау-Дюрсо это большой холдинг с разными направлениями бизнеса



Для бизнеса

База не работала как единый актив

- нет единой базы участников;
- нет системной работы с базой;
- нет сегментации и понимания портретов аудитории;
- нет персонализированной работы;
- нет системной механики доведения человека до следующей покупки или списания бонусов.



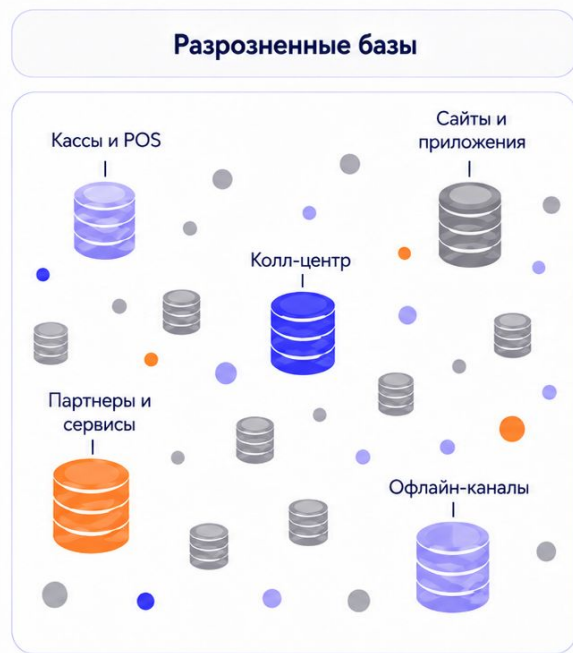
Для команды

Каждое направление управляло программой по-своему

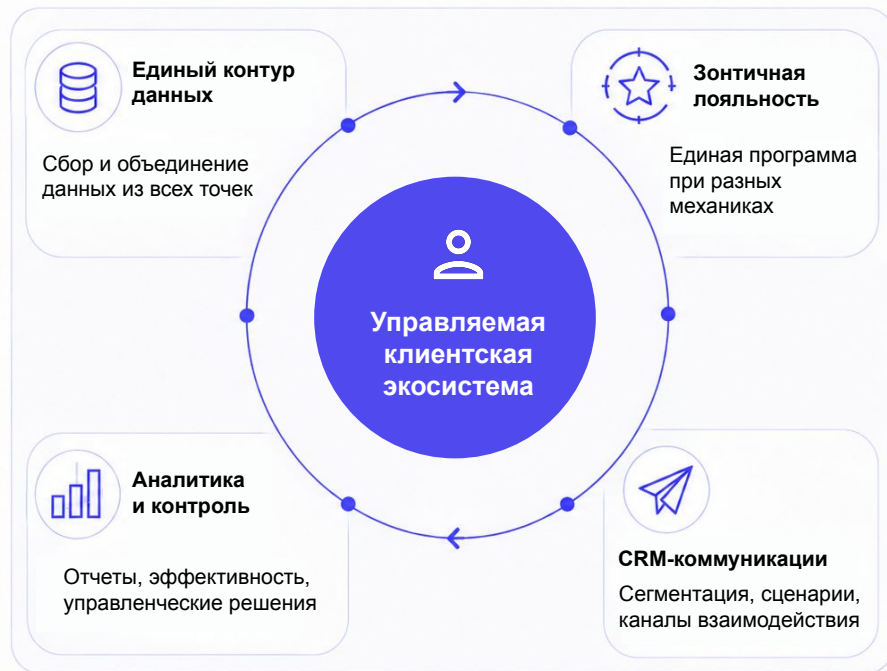
- разные точки использовали разные механики скидков, бонусов и начислений.
- каждый бизнес делал рассылки самостоятельно

Главная задача:

Превратить разрозненные базы в управляемую клиентскую экосистему



разные системы, базы и механики



Единая система должна была не только связать базу, но и поддержать рост новых направлений

БИЗНЕС-ЗАДАЧИ



Развивать собственную розницу

увеличивать повторные покупки и переводить гостей между точками



Развивать маркетплейс

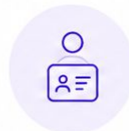
помимо бренда Abrau, площадка дает возможность продвигать локальные бренды и небольших предпринимателей

ABRAU CLUB

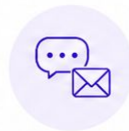
Развивать бренд одежды и аксессуаров

развивать бренд Abrau Store / Abrau Club / COCOS

КАК РЕШАЛИ



Создание единой программы лояльности по всей экосистеме: от отелей до бутиков и e-com



Запуск новых каналов коммуникации: боты, электронная карта, мобильное приложение, email.

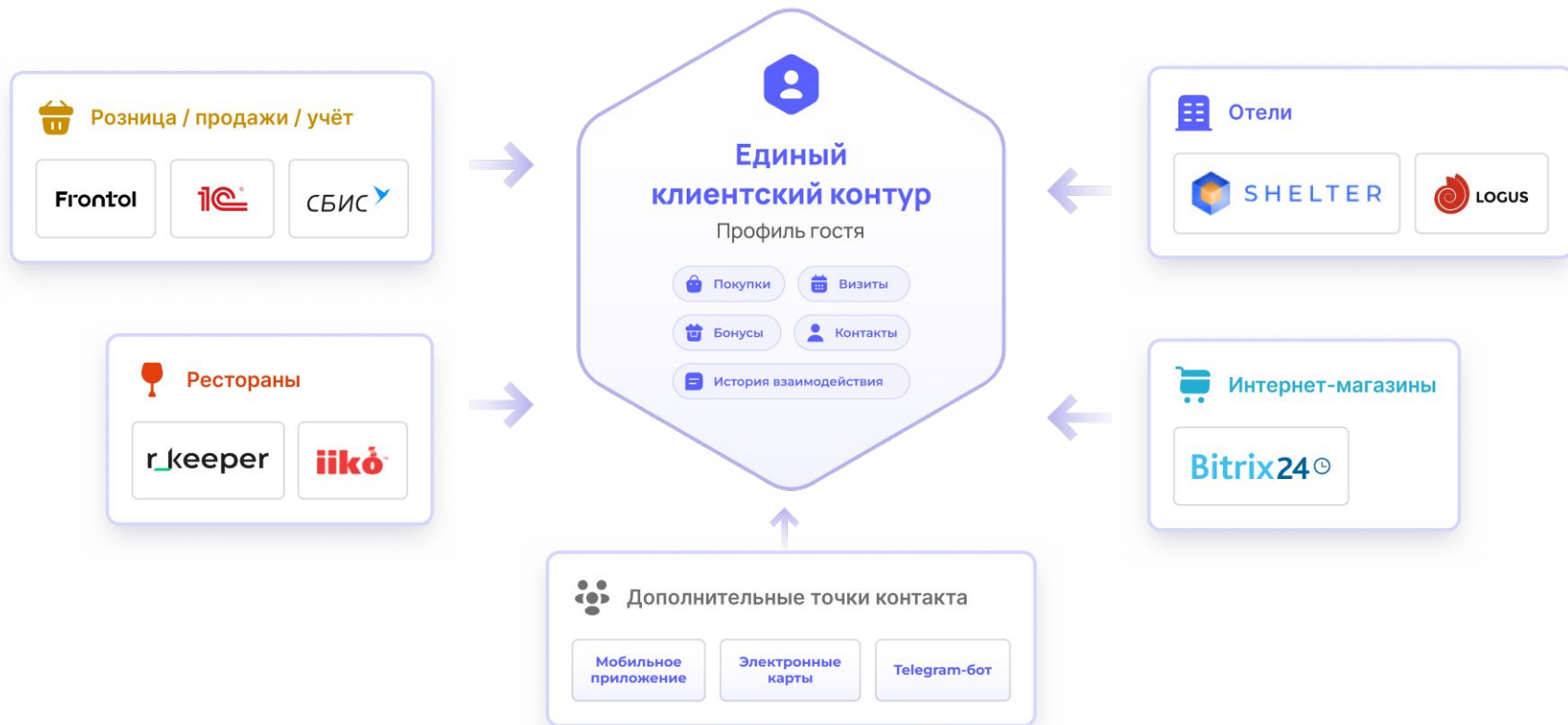


Запуск новых автоматических сценариев на удержание, миграцию, возврат гостей.



Создание аналитических отчетов для отслеживания ключевых метрик в разрезе брендов

8 разных систем собраны в единый контур клиентов



На едином клиентском контуре **работают 3 модели лояльности**

ABRAU CLUB – КЛУБ ОСОБЫХ ПРИВИЛЕГИЙ от экосистемы «Абрау-Дюрсо»



Программа лояльности для всех клиентов

- накопление и списание бонусов
- автоматические триггеры для миграции между направлениями и городами
- ручные рассылки с сегментацией по точкам



VIP-сегмент

- постоянный статус гостя с постоянной повышенной привилегией (скидки или повышенный кешбэк)
- возможность посещать закрытые мероприятия

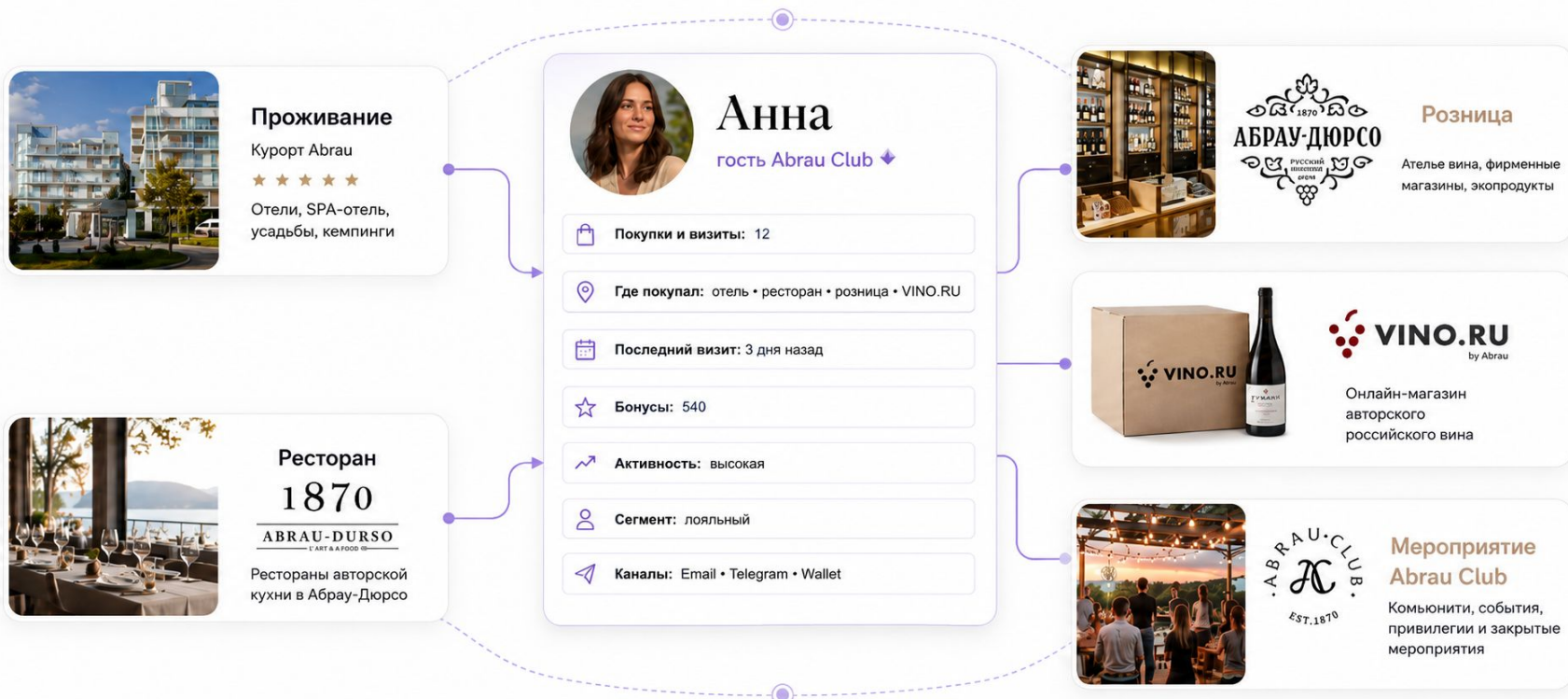


Сотрудники

- бонусы на праздники и постоянные скидки, зависящие от стажа работы в компании

Программа лояльности для всех клиентов

Вместо отдельных покупок — единая история гостя

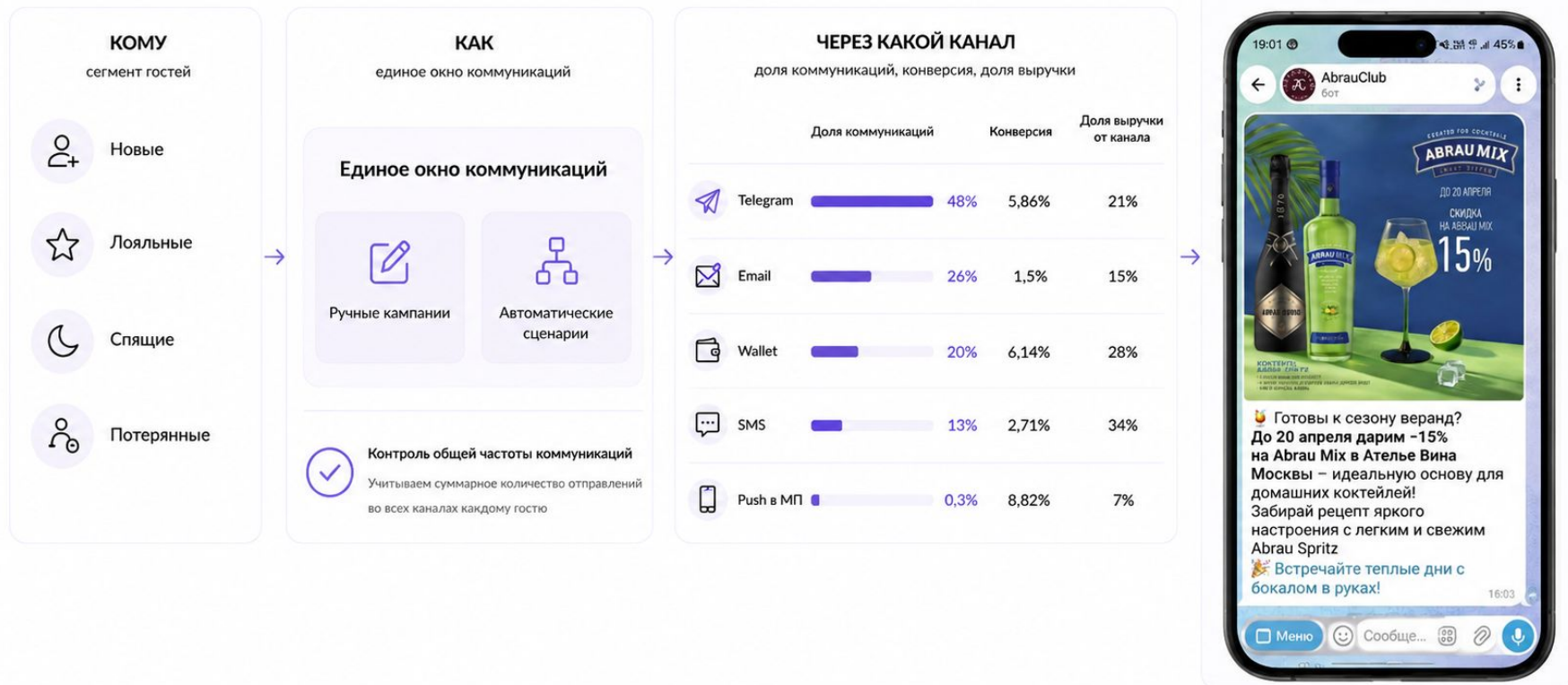


Программа лояльности для всех клиентов



1 abrau coin = 1 рубль. Оплата abrau coin до 20% чека.

От отдельных рассылок — к управляемой системе коммуникаций



Email-рассылки — для приглашений и информационных поводов

ABRAU CLUB абрау ресвера

Приглашение

ПУБЛИЧНАЯ ДИСКУССИЯ
«КУЛЬТУРА ВОССТАНОВЛЕНИЯ»



Приглашаем вас на открытую дискуссию о восстановлении как новой культуре заботы о себе в рамках презентации линейки продуктов с ресвератролом «Абрау Ресвера».

 11 июля  11:00 – 12:00  Москва

Спикеры дискуссии


Алина Середина
спорт, маркетинг и IT


Виктория Крихелли
бренд-директор клиники «Клазко»


Ирина Горбачева
актриса


Сергей Валов
гастроэнтеролог

ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ

ABRAU CLUB



Здравствуйте!

Помните то ощущение, когда вы открыли для себя Абрау? Это мог быть первый глоток игристого на берегу, или особый момент в нашем ресторане, или любимая покупка из коллекции Abrau Club.

Мы хотим, чтобы вы возвращались к этим моментам снова.

 Дарим вам бонус 2 000 Abrau coin на ваш счёт до 31.07 для покупок в ресторанах, бутиках и онлайн-магазине при оплате от 3 000 ₽

АКТИВИРОВАТЬ В ПРИЛОЖЕНИИ

АКТИВИРОВАТЬ В TELEGRAM

Выбирайте, балуйте себя, удивляйтесь. Мы рядом.

Показатели email-канала

27%
Open Rate
активная база

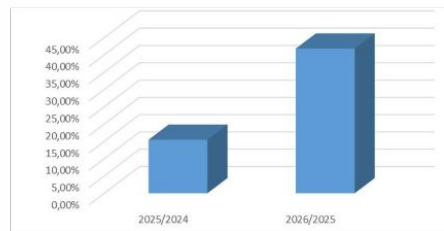
10%
Open Rate
потенциальная база

9%
Click Rate
в обеих группах

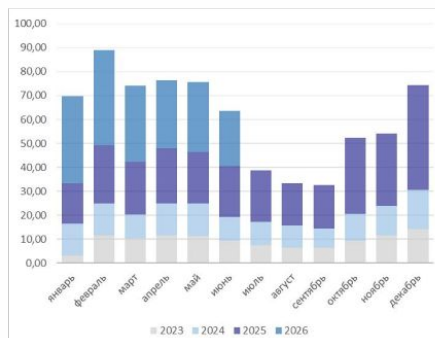
 Email лучше вовлекает активную базу

Основная программа лояльности стала инструментом роста LTV и повторных покупок

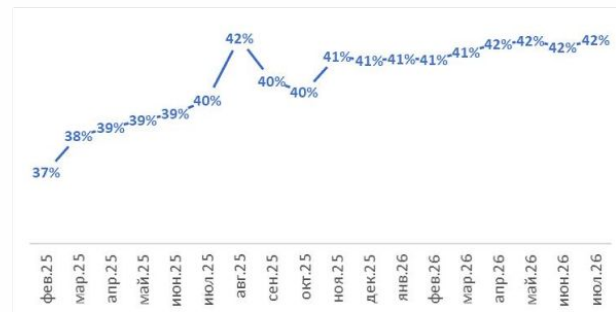
Скорость роста LTV (заказы)



Проникновение



Доля гостей с повторными визитами



≈ 168 тыс.

Клиентов в едином контуре



12% → 39%

Рост LTV по заказам



41%

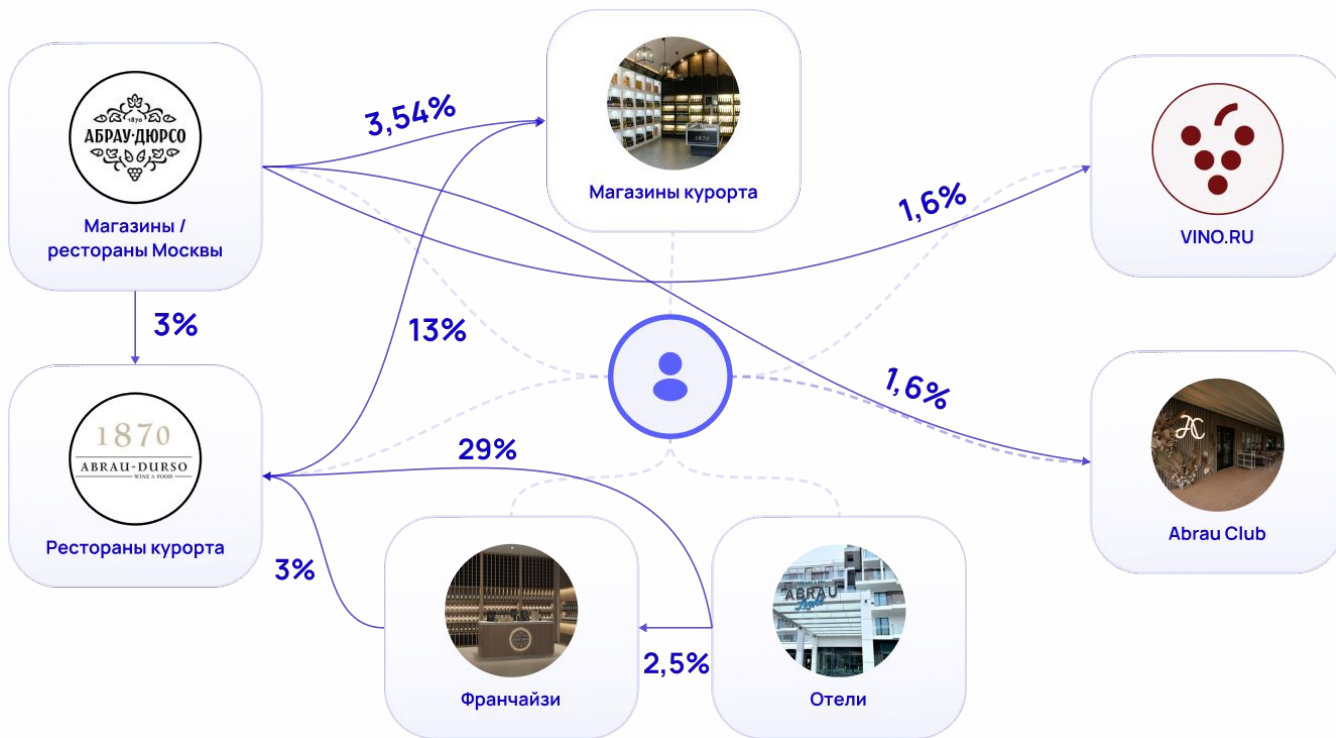
CRM-проникновение
в выручку



на 59% выше

средний чек по сравнению
с покупками без программы

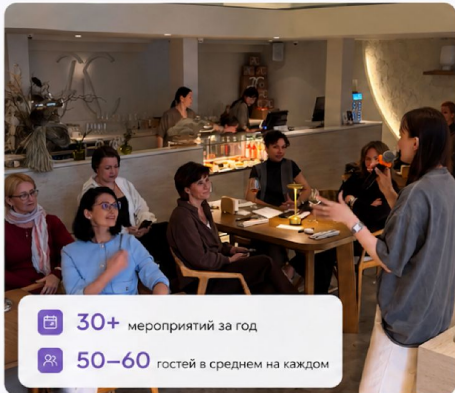
Единая программа переводит гостей между направлениями экосистемы



→ Цифры на стрелках — миграция гостей между направлениями

VIP-сегмент

Abrau Club превращает VIP-сегмент в сообщество вокруг бренда



 **30+** мероприятий за год
 **50–60** гостей в среднем на каждом



Особые условия для разных групп



Постоянная скидка

для выделенной группы участников



ТОП-15

повышенный кешбэк независимо
от объема покупок



15%

постоянное ядро сообщества

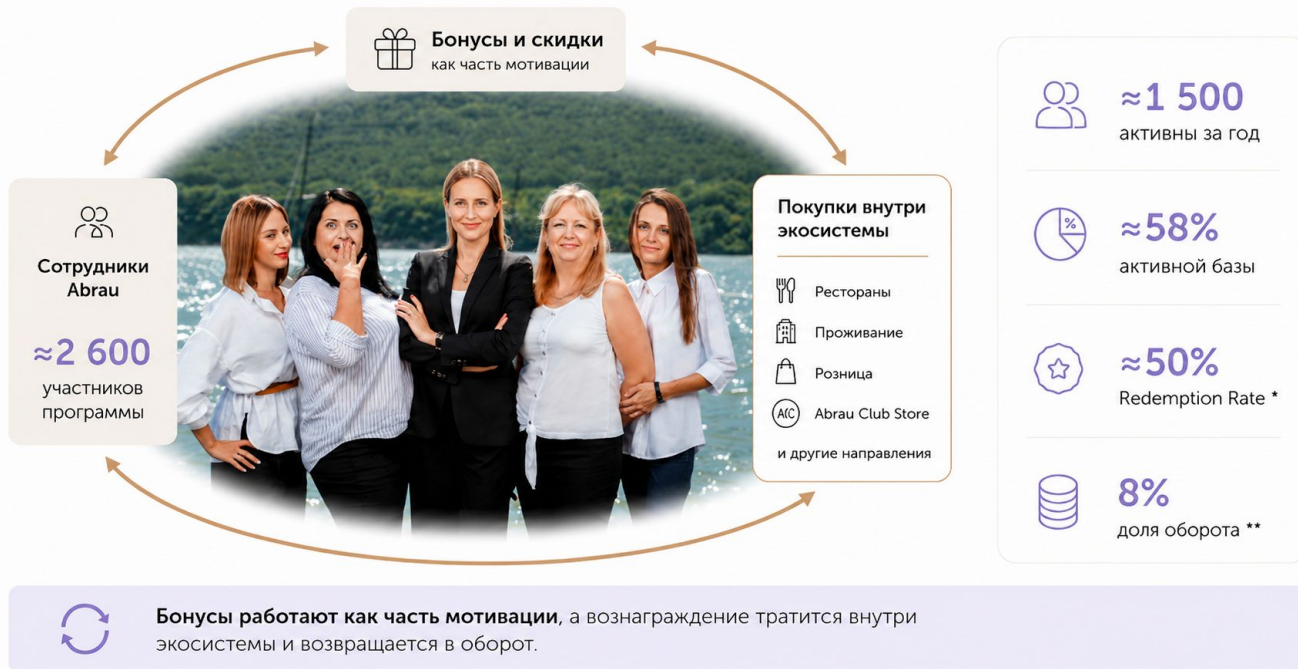


≈10%

гостей мероприятия становятся
новыми участниками клуба

Сегмент Сотрудники

Сотрудники тоже становятся гостями экосистемы



* Доля использования начисленных бонусов сотрудниками за год

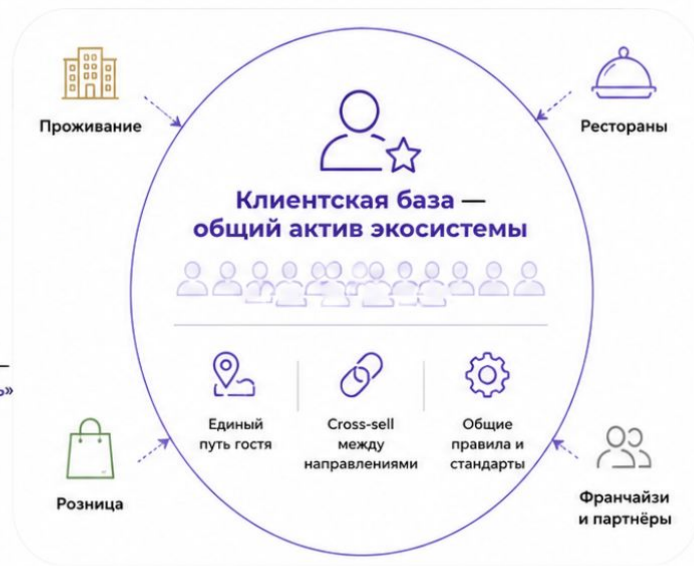
** Доля выручки в обороте компании, сформированного покупками сотрудников

Объединили не только системы — изменили отношение к клиентской базе

Раньше: фокус на своём направлении



Теперь: фокус на госте и экосистеме



Из «моих
клиентов» —
в «наш гость»

Что это дало
экосистеме



Рост ценности
клиентской базы



Синергия между
направлениями



Более точные решения
и инвестиции



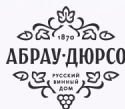
Рост капитализации компании
и ценности для франчайзи



2 000
бонусов

на 30 дней

Промокод: **WEARECRM**



Где ваша база
теряет повторную выручку?

- ✓ Потенциальный рост выручки
- ✓ Окупаемость сценариев удержания
- ✓ Динамику эффекта по времени

Рассчитать потенциал моего бизнеса



Марина Подпригорова

Руководитель комьюнити проекта
ГК «Абрау-Дюрсо» / Abrau Club



@MPodprigorova



podprigorova@abrau.ru



Юлия Гребнева

Руководитель CRM-маркетинга
PremiumBonus



@julia_gr_crm



y.grebneva@premiumbonus.ru