



v. 1.1

Описание

1. О платформе I-Bonus

1.1. Что такое i-Bonus?

Маркетинговая платформа для привлечения и развития клиентов. Начнем с позиционирования. i-bonus это не система лояльности в классическом понимании, это платформа, построенная поверх системы лояльности.

i-bonus это инновационная маркетинговая платформа и система лояльности нового поколения, которая автоматически решает следующие задачи бизнеса:

- Составляет цифровой портрет покупателя



Кирилл Казанцев

 79060543149

 k9060543148@gmail.com

 Родился: 23 августа 1976 г.

YandexID: 1542919673112742805

Написать

X

Отзывы

 30

 4

 2

Просмотры

94

Время на лендинге

51 мин

Заказов на сумму

22 992.48 Р

Оплачено

22 992.48 Р

Средний чек

364.96

Покупки

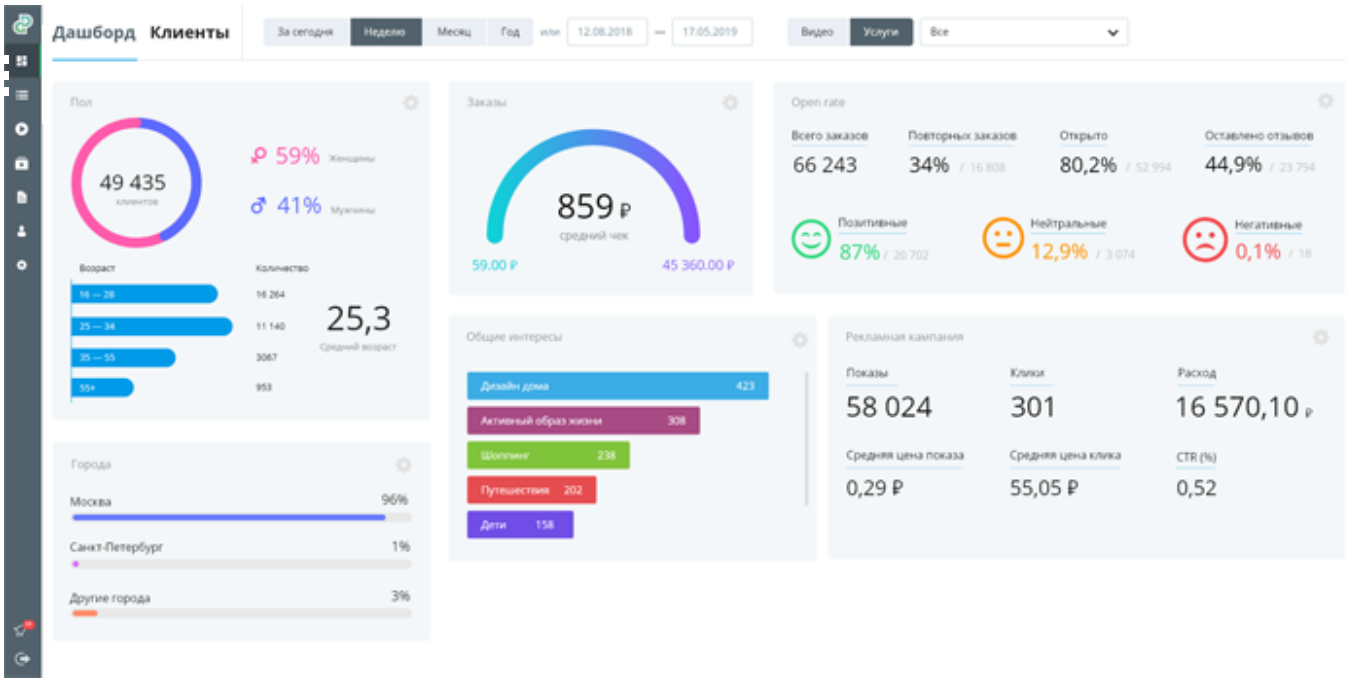
63

Заказы	Интересы	Геолокация	Сообщения	Редактирование
 04.06.2019 14:49:16			+79060543148	O-0019-00000213 629.79 RUR
 01.06.2019 23:03:00			+79060543148	O-0019-00000205 1934 RUR

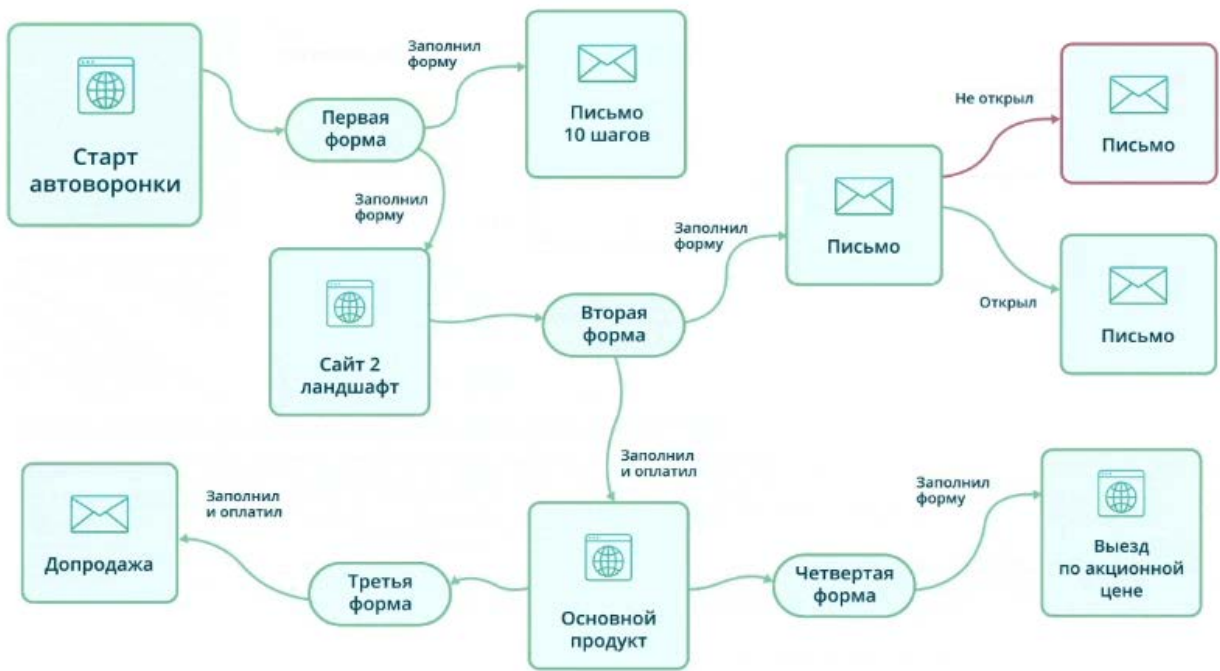
- Приводит новых клиентов через интернет



v. 1.1



- Выстраивает взаимоотношения с текущими клиентами



- Мониторит качество работы персонала через мгновенные отзывы

1,750Р

Смотреть чек

Вам понравилось?

Напиши отзыв и получи в подарок купон на 1000Р!

Ваш отзыв

Отправить

*Нажимая кнопку "Отправить" Вы даете свой согласие на обработку персональной информации на условиях, определенных Политикой обработки персональных данных

Заказ #E-18-1129-012262 ●

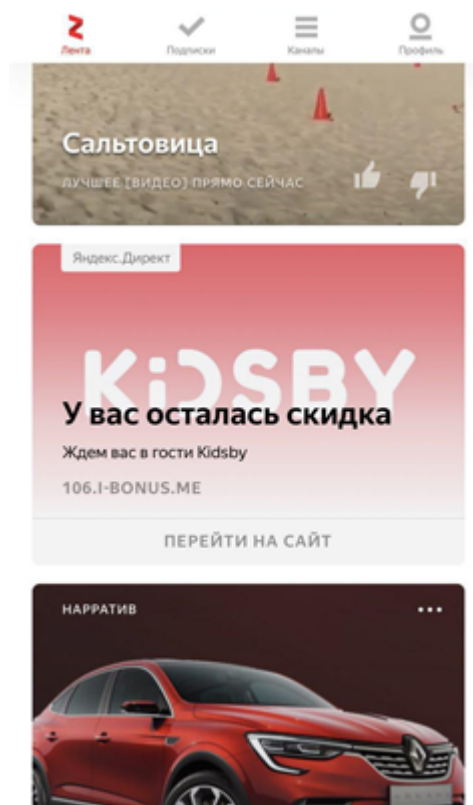
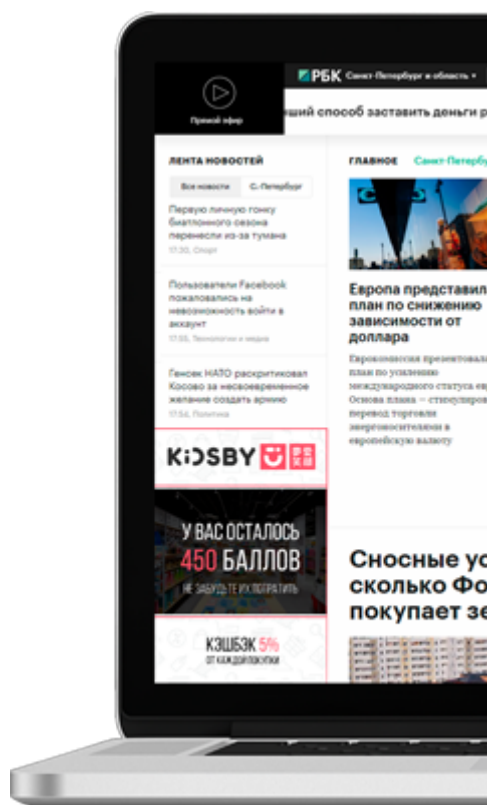
Информация | Чек

Дата	12.11.2018 14:00:12
Оплачено картой	100 Р
Оплачено наличными	600 Р
Оплачено МС	3 Р
Эл. почта	a9070543194@gmail.com
Телефон	79070543194
Комментарий	Обслуживание на высоте! Еще загляну к вам!
Реакция	
UTM source	sms

Система автоматически выстраивает рекламные компании на основе данных о клиенте, для этого не нужен маркетолог или программист.



v. 1.1



Система работает без скачивания покупателем мобильных приложений и регистраций.

Даже если у покупателя старый телефон, то i-bonus прекрасно работает, т.к. идентификация клиента идет по номеру телефона.   Wallet

Система умеет дружить с уже имеющейся у мерчанта системой лояльности.

1.2. Принцип работы системы

I-Bonus - платформа, соединяющая в себе:

- Таргетированную рекламу;
- Программу лояльности;
- Анализ покупателей.

Решение позволяет более эффективно использовать маркетинговый бюджет за счет синергии 3 направлений, а также простоты и максимальной автоматизации.



2. Возможности платформы I-Bonus

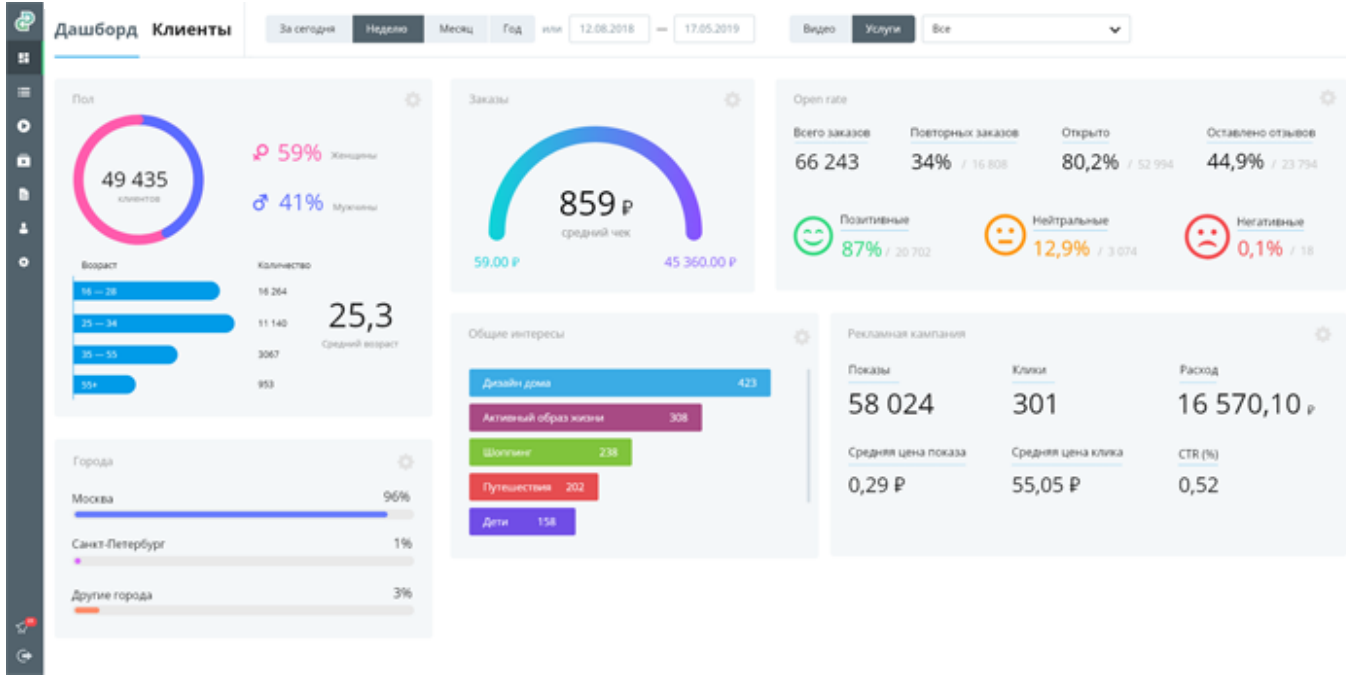
2.1. Оцифровка

За основу берется оцифровка текущей клиентской базы мерчанта. Почему это важно – потому что, только поняв на языке цифр текущих покупателей, мы сможем понять, почему они покупают у данного мерчанта. Под оцифровкой мы имеем в виду не только взять его телефон или почту. Под оцифровкой мы имеем в виду получить о покупателе максимальную аналитическую информацию - интересы, сождем портрет, геолокации, предпочтения в товарах и услугах. Имея эти данные, они тщательно прогоняются через нейронные сети, и на выходе мы получаем очищенную информацию о поведении покупателя. Другими словами, мы узнаем ту



v. 1.1

причину на языке цифры, которая ведет к покупке у данного предприятия (мерчанта).



Самый простой способ это сделать, это побудить покупателя зайти по ссылке, предложив взамен небольшой подарок - например чашечку вкусного и ароматного кофе или приветственные 200 рублей на следующую покупку.

2.2. Система лояльности

Для этого и нужна система лояльности.

Предлагая в момент оплаты покупателю подарок на следующую покупку, кассир спокойно берет номер телефона покупателя, а покупатель с радостью его дает :)

Иван

Покупатель | История

Телефон | **Email**

Телефон: +7 (917) 549-70-05

Продолжить

Иван

Покупатель | История

Телефон | **Email**

Телефон: Заполните поле

Продолжить

Платформа высылает покупателю чек со ссылкой на заветный подарок.



v. 1.1

1,750₽

Смотреть чек

Вам понравилось?

Напиши отзыв и получи в подарок купон на 1000₽!

Ваш отзыв

Отправить

Нажимая кнопку "Отправить" Вы даете свой согласие на обработку персональной информации на условиях, определенных Политикой обработки персональных данных

Спасибо за ваш отзыв!

Смотреть чек

Получить купон на 1000₽

Оставить чаевые?

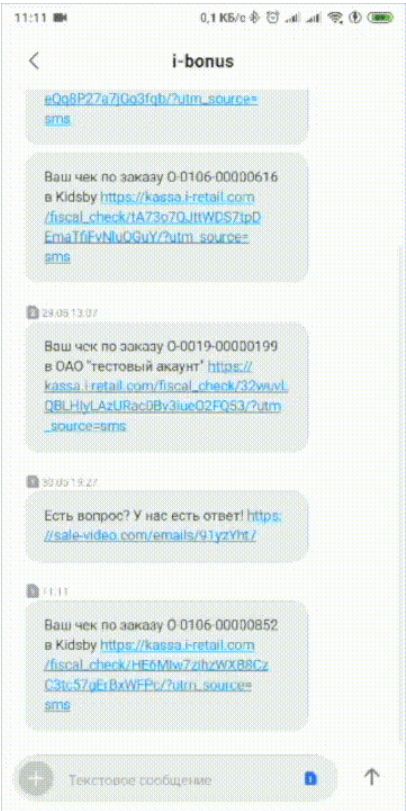
0₽

50₽

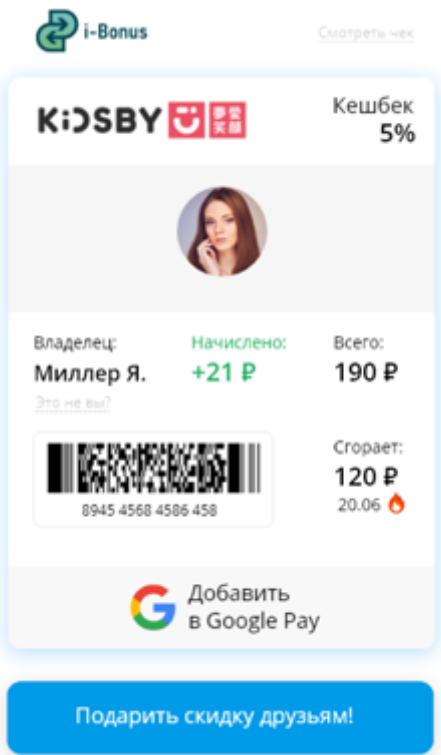
100₽

150₽

Зайдя по ссылке, покупатель получает свой подарок, ставит отзыв, а платформа получает необходимые данные о покупателе.



- В этот момент создается:
- Электронная скидочная карта



- Карточка покупателя в CRM системе



v. 1.1



Кирилл Казанцев

Написать

79060543149

k9060543148@gmail.com

Родился: 23 августа 1976 г.

YandexID: 1542919673112742805

Отзывы

30

4

2

Просмотры

94

Время на лендинге

51 мин

Заказов на сумму

22 992.48 ₽

Оплачено

22 992.48 ₽

Средний чек

364.96

Покупки

63

Заказы	Интересы	Геолокация	Сообщения	Редактирование
	04.06.2019 14:49:16		+79060543148	O-0019-00000213 629.79 RUR
	01.06.2019 23:03:00		+79060543148	O-0019-00000205 1934 RUR

- Если была включена опция обогащения данных, то обогащаются данные о покупателе

Поиск

Покупатели

79162312636

Покупок: 4 / 4

Средний чек: 61602.25

Ярёло Казанцев

a79068542149@g...

79068542149

Покупок: 63 / 63

Средний чек: 364.96

Кирилл

a9060543149@g...

89060543149

Покупок: 1 / 1

Средний чек: 12

Юлия Егорова

a.telyukov@gmail....

79150238291

Покупок: 9 / 9

Средний чек: 30.11

Отзывы

30

4

2

Заказов на сумму

0 ₽

Оплачено

0 ₽

Средний чек

364.96

Покупки

63

Просмотры

--

Время на лендинге

-- МИН

Написать

Заказы	Интересы	Геолокация	Сообщения	Редактирование
Владелец марки автомобиля	Марка не определена			1
Интерес к автомобилям по маркам	Volkswage			1
Аппаратная платформа пользователя	Десктоп			1
Тип интернет магазина по видам предлагаемых товаров	Книги и канцтовары			1
Интерес к жанрам ТВ-передач	Юмористические			1
Интерес к жанрам литературы	Жанр не определен			1
Пол	Мужской пол			0.6643

- Личный кабинет покупателя

К:СВУ

Список заказов

Р ↑ ↓

📅 ↑ ↓

Заказ

O-0106-000000616

Дата

21.05.2019

Сумма

384.00 ₽

Подробнее

Заказ

O-0106-000000616

Дата

21.05.2019

Сумма

384.00 ₽

Подробнее

Заказ

O-0106-000000616

Дата

21.05.2019

Сумма

384.00 ₽

Подробнее

К:СВУ

Списком

На карте

Ул. Красавчика 28,
ТЦ Тропарёво

Теплый стан

Открыто до 21:00

+7 (495) 985-65-56

Ул. Васи Касаткина 33,
БЦ Золотой Двор

Арбатская

Открыто до 21:00

+7 (495) 985-65-56

Пр-т Холищитова 21,
ТЦ Онион

Китай-город

Открыто до 21:00

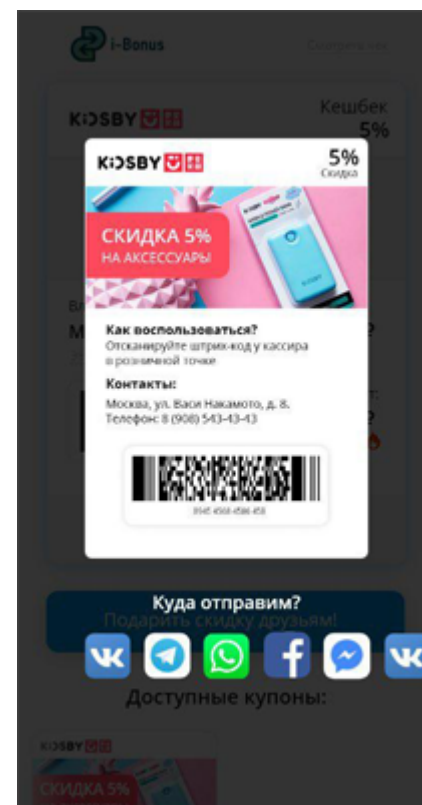
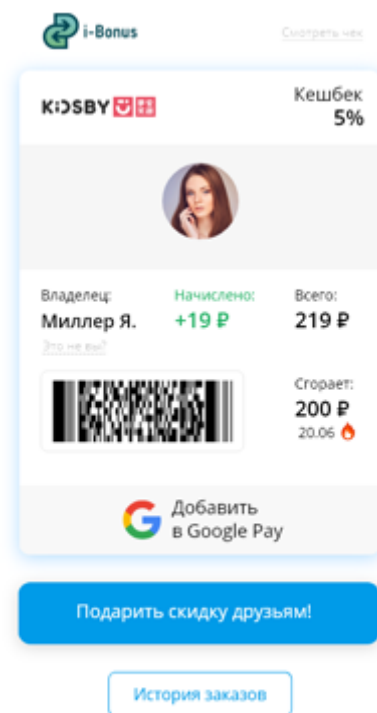
+7 (495) 985-65-56

- Происходит начисление баллов/выдача электронного купона

6/34



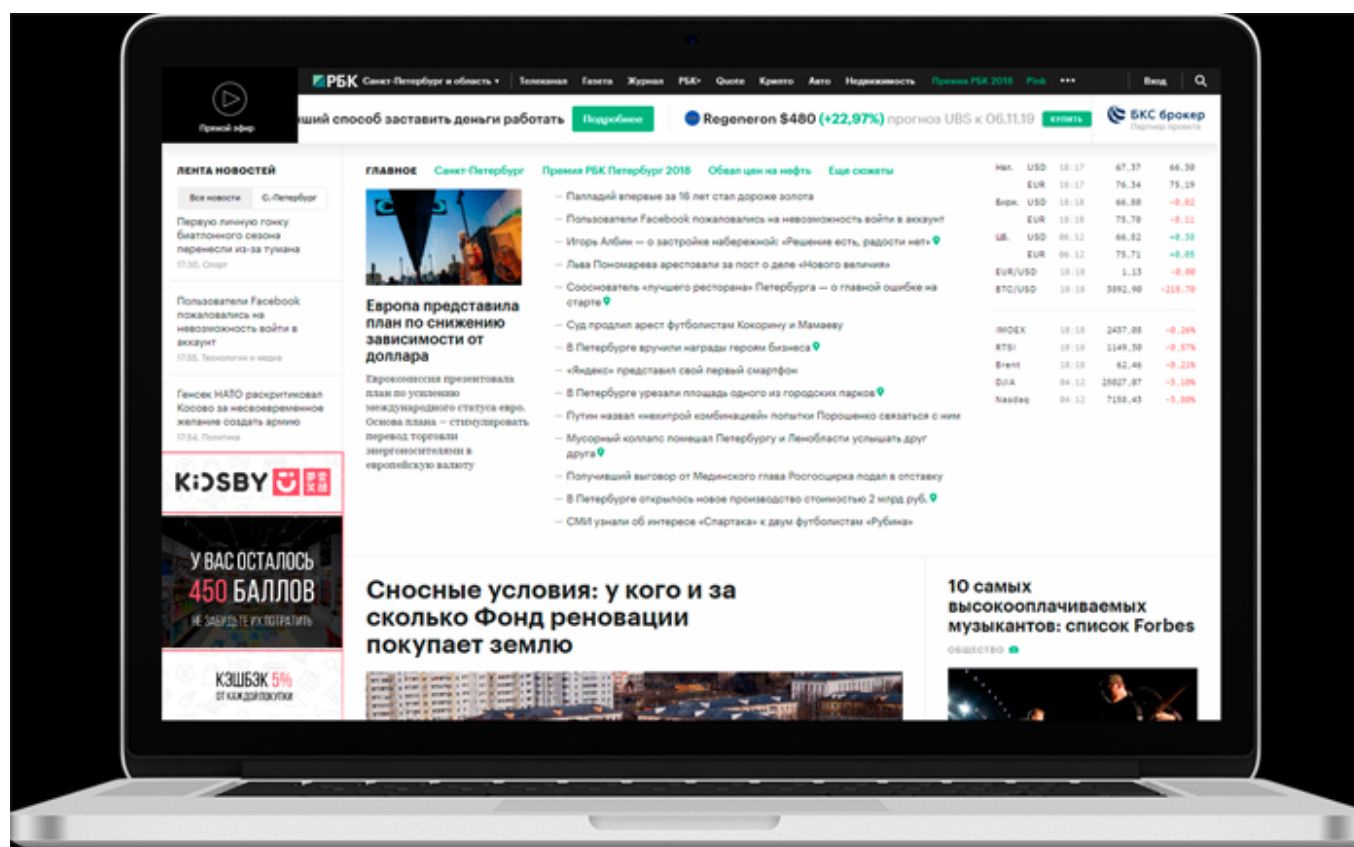
v. 1.1



👉 Статистика показывает что до 60% покупателей с радостью заводят виртуальную карту лояльности за небольшой подарок.

2.3. Таргетированная реклама

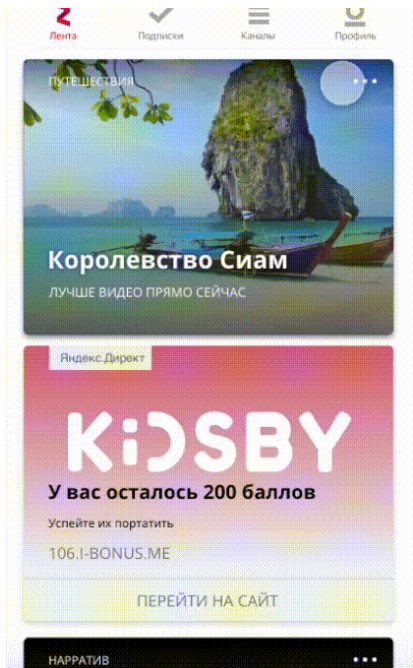
Но на этом автоматическая коммуникация с покупателем не заканчивается. Чтобы покупатель не забывал о том, что у него есть баллы, платформа начинает показ таргетированной рекламы на данного покупателя, показывая сколько баллов у него осталось.



Нажав на данную рекламу, покупатель попадает в свой личный кабинет, где видит адреса точек, в которых можно потратить баллы, может посмотреть историю покупок, перейти на сайт мерчанта если этот адрес указан в настройках.

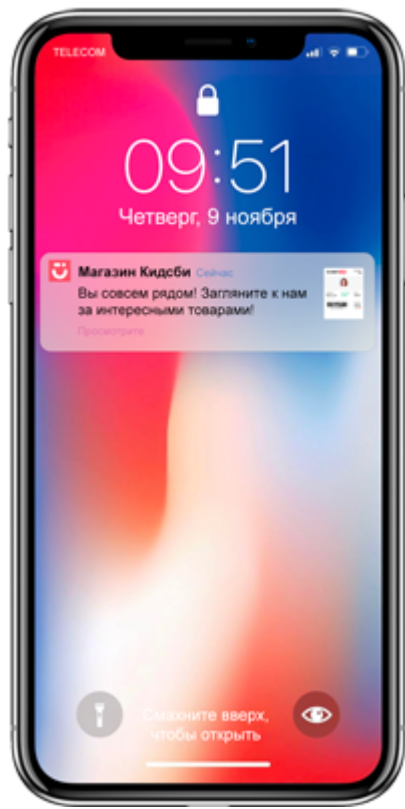


v. 1.1

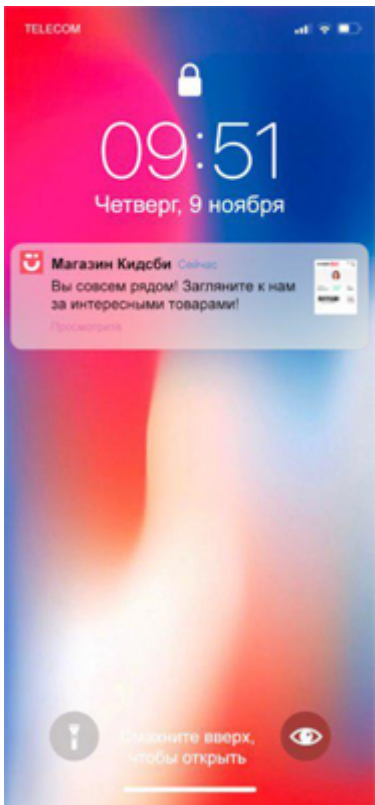


2.4. Таргетированная реклама с учетом геолокации

Если покупатель проходит рядом с заведением, то он получит уведомление, что у него остались накопленные балы и не плохо было бы зайти в гости.



На всякий случай напомним, что покупателю совсем не нужно скачивать для этого мобильное приложение, достаточно только номера телефона и всё)



Конечно же, чтобы не раздражать покупателя постоянным напоминанием о



v. 1.1

том, что у него остались баллы, реклама показывается не все время.

Она перестанет показываться в нескольких случаях:

- По сумме расходов на рекламу (сумму можно задать в кабинете, по умолчанию стоит 150 Р)
- По времени, max 30 дней
- Или когда клиент потратит баллы в вашем магазине.

Стоимость PUSH сообщения бесплатно. PUSH сообщения отправляются автоматически, когда покупатель входит в зону нахождения торговой точки. Текст сообщения менять нельзя. Произвольные сообщения не поддерживаются

2.5. Генерация покупателей через портрет покупателя

Фоновая работа.

Мы не любим ленивых систем, поэтому платформа i-bonus работает всё время.

По мере накопления данных о покупателях, она анализирует полученные данные, ищет взаимосвязи, причины покупок по сотням параметров.

Найдя эти взаимосвязи, платформа находит потенциальную аудиторию в интернете, и автоматически начинает им показ рекламы.

За счет данных о постоянных покупателях, платформа находит максимально похожую аудиторию.

Определение аудитории



Ваша аудитория определена.

Потенциальный охват: 190 000 человек 

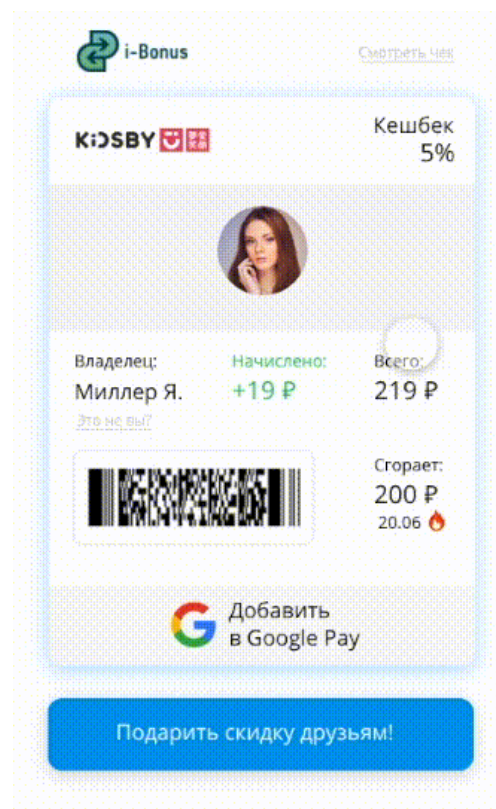
2.6. Реферальная программа (для друзей покупателей)

Это не единственный механизм генерации новых клиентов. Тем покупателям, которым уже начислены баллы и выдана электронная карта лояльности, предлагается бесплатно подарить своим друзьям этот подарок.

А что может быть приятней чем подарок, да за который еще и не надо платить?)



v. 1.1



Платформа ведет учет от какого покупателя, если пришли новые клиенты, то она позволяет за это дополнительно поблагодарить дарителя)

Реферальная программа

Активна ☒

Реферальное вознаграждение

Сумма

Это может быть любое вознаграждение от разовой благодарности, например 100 Р, до сложных механик, например процента на сумму покупок, приведенных покупателей.

Для владельцев бизнеса вся информация доступна через личный кабинет в режиме онлайн:

Заказы

За сегодня

Неделю

Месяц

Год

или

12.08.2018

—

12.08.2018

Тип продукта

Все

Источник

Все

Статусы:

Автоворонка

Все

Работа менеджера

Все

Оплата

Все

Доставка

Все

Статус

Покупатель, эл. почта, телефон

Дата и номер

Продукт

Цена

Письмо 2

В работе

Не оплачено

Не отправлено

Константин Константинопольский

hryomindn@gmail.com

+7 823 837-22-11

Заказов: 12 шт.

Зинаида Евдокимова

hryomindn@gmail.com

+7 823 837-22-11

Заказов: 5 шт.

05.03.2018 12:46:01

№ 938424276

09.03.2018 14:11:08

№ 948573076

Как научить ребенка желать большего

Видео +

Source: Yandex

Medium: CPA

Campaign: Very_very_very_long_campaign_name_name_the_most_longest_name!

Как прийти к успеху и сохранить семью?

Видео +

2 700 Р

Начислено: 127,86 Р

5 600 Р

Начислено: 365,86 Р

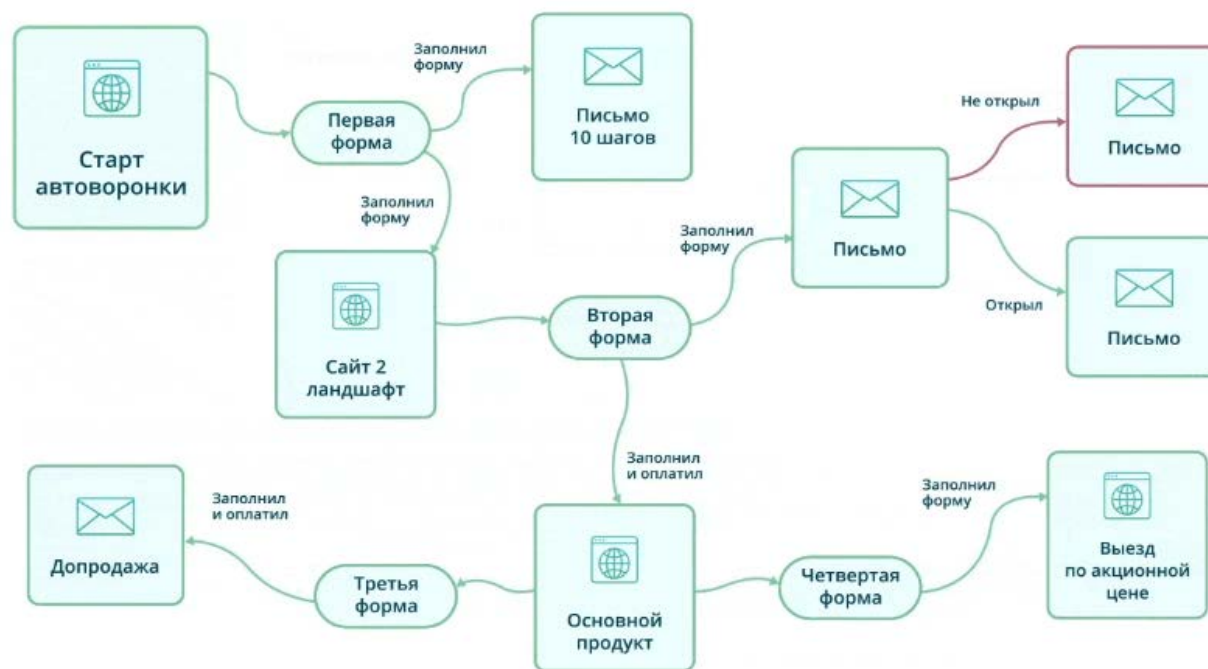
2.7. Управление жизненным циклом покупателя

Сюрприз в том, что и это еще не все на тему автоматических коммуникаций с клиентом :)

Платформа позволяет прописать пожизненный Customers journey или, по-другому говоря, жизненный путь покупателя, причем в привязке к товарам или событиям.



v. 1.1

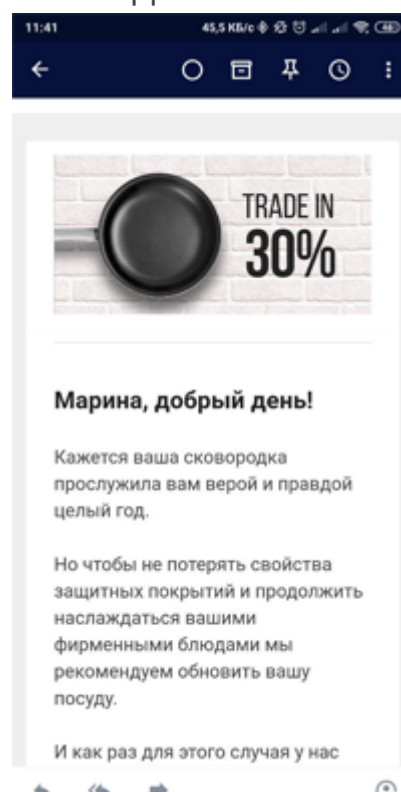


Например, купив сковородку, можно вечером предложить автоматически рецепты самых вкусных стейков, ведь именно для этого, скорее всего и купил сковородку клиент:).

Вместе с рецептом можно предложить заказать готовые наборы стейков с доставкой на дом по спец цене.



Дальше можно предположить, что на сковородке будет образовываться нагар, почему бы через пару месяцев не предложить антипригарное средство, а через год отправить совет о вредности долгого использования одной сковородки и предложить сделать trade in.





v. 1.1

3. Работа с платформой для администраторов мерчантов

3.1. Тарификация и оплата

Несмотря на такое обилие возможностей, система по карману любому предпринимателю.

Абоненская плата зависит от торговых точек:

Разовое подключение к платформе 5 000 руб

0 + 3000 руб/мес

5 + 15 000 руб/мес

30 + 35 000 руб

50 + 50 000 руб

70 + 100 000 руб

Оцифровка клиентов - бесплатно

PUSH сообщения - бесплатно

Обогащение данных зависит от кол-ва запросов. Можно купить пакет.

Плата взимается за успешно найденный профиль.

пакет 1000 профилей - 10 руб/профиль

пакет 5000 профилей - 5 руб/профиль

пакет 10 000 профилей - 3 руб/профиль

пакет 50 000 профилей - 2 руб/профиль

SMS чеки - 3 руб.

(опционально для крупных клиентов можно подключить своего провайдера для отправки SMS чеков. Для клиентов с более 1 млн чеков в месяц).

3.2. Баланс

Для оплаты услуг, мерчанту необходимо пополнить баланс. Деньги за услуги списываются с общего баланса безакцептно.

Например - на общем балансе есть 10 000 р, с клиента списалось 1000 Р за SMS пакет, и 3000 Р за абон плату. Остаток на балансе 6 000 Р.

Деньги за абонентскую плату списываются ежедневно с баланса. Таким образом, если клиент добавил еще одну торговую точку, которая входит в другую тарифную зону, то спишется соответствующая сумма. Если завтра кол-во торговых точек уменьшится то уменьшится и списание. Для пакетных услуг по умолчанию стоит «автопродление», это означает что как только пакет закончится, то по умолчанию купится такой же пакет.



v. 1.1

У каждой услуги свой баланс. Для рекламных компаний для удобства создано 3 баланса: напоминание текущим клиентам, привлечение новых клиентов, подарить скидку. Разные балансы позволяют пользоваться тем что нужно. Если приоритет - новые клиенты, можно пополнить баланс на большую сумму и тд. Баланс в РК можно пополнить на любую сумму. Также работает услуга автопродления, т.е. как кончится баланс, можно пополнить автоматически на такую же сумму как в прошлый раз.

*Списание будет осуществляться специально созданными внутренними сервисами.

Баланс мерчанта находится в РiРо.

*Как создается баланс

В момент регистрации мерчанта будет автоматически создаваться аккаунт в РiРо с профилем i-bonus.

Для такого профиля будут доступны пополнение картой и б/н.

3.3. Настройка системы

Мы постарались сделать так, чтобы пользоваться системой можно было даже ребенку.

Подключиться можно самостоятельно через нашего цифрового помощника, ответив на несколько простых [вопросов](#) (Скоро*) или заполнить [анкету](#), на основании которой можно подготовить аккаунт.

***Пошаговая инструкция для менеджера поддержки.**

Для теплого диалога с клиентом лучше всего использовать такой же диалог как в цифровом помощнике. Он очень [дружелюбный](#). (Скоро*)

*Получая ответы на вопросы, в интерфейсе системы необходимо заполнить поля:

- Создать аккаунт мерчанту



v. 1.1

Новый мерчант



Информация

Профили

Email	
Телефон	
Пароль	
Имя	
Фамилия	
Компания	
ИНН	
Сайт	

- Завести сотрудников

Создать сотрудника



Пароль	
Email	
Имя	
Фамилия	
ИНН	
Роль	Кассир
Сохранить	

- Настроить систему лояльности.

Активна	☒
Личный кабинет для клиента	kidsby i-bonus.me Домен свободен
Валюта	Баллы
Сохранить	

Для новых покупателей

Купон	Нет купона
Тип кешбека	Проценты
Размер	5%
Сгораемый	☒
Количество дней	2

Для покупателей есть 2 сущности поощрения клиентов.
Это кэшбэк и купоны.



v. 1.1

Для новых покупателей

Купон	Нет купона
Тип кешбека	Проценты
Размер	5%
Сгораемый	☒
Количество дней	2

Купон удобен тем, что его можно распечатать, он универсален, его можно сделать на что угодно, на конкретный товар или услугу, на скидку и т.д. Например купон на бесплатную поездку в такси или 200 руб на первую покупку.

Служ. заг.

Заголовок

Подзаг.

Спецпред.

Описание

Стиль

Фон

Сгораемый

Количество дней

Система лояльности

Заголовок

Подзаголовок

Специальное предложение

Описание

Выбрать из галереи I-Bonus

Кафе, рестораны, бары

☒

14

I-BEANS

Чашка кофе
БЕСПЛАТНО

Как воспользоваться?
Отсканируйте штрих-код у кассира
в розничной точке

Спецпредложение:
Используя данный купон, вы получите
возможность участвовать в крупном
розыгрыше призов! Подробности на обороте.

8045 4568 4586 458

Apple Wallet

Web

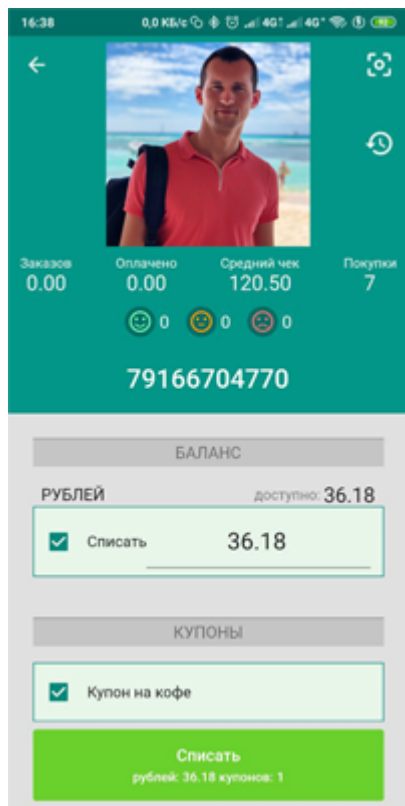
G-Pay

Кэшбэк всегда деньги - процент или фиксированная сумма с покупки. Например 5 % от суммы покупки.

Можно совмещать, давать и купоны и кэшбэк.

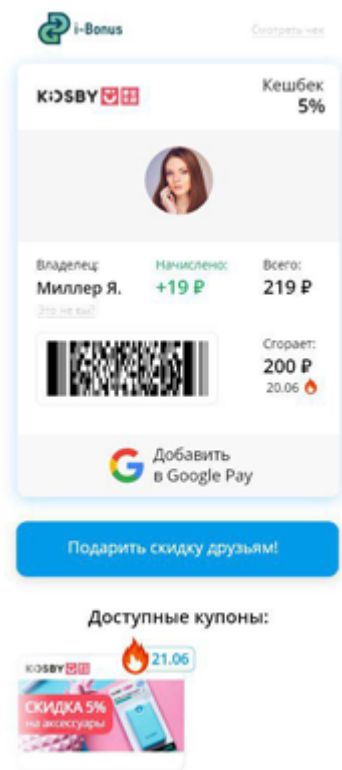


v. 1.1



Также в системе есть 2 категории клиентов: новые и постоянные. Новые, это те клиенты, которые никогда не покупали в этом магазине.

Можно также прописать, что начисленный Кэшбэк или купоны сгорают, если вы не хотите, чтобы они были вечно у покупателя. В личном кабинете покупателя видно когда они сгорают.



Итак настройки:

- Для новых клиентов
- Кэш бэк

Для новых покупателей

Купон	Нет купона
Тип кешбека	Проценты
Размер	5%
Сгораемый	☒
Количество дней	2



v. 1.1

- Купоны

Для новых покупателей

Купон	Нет купона
Тип кешбека	Проценты
Размер	5%
Сгораемый	☒
Количество дней	2

- Для постоянных

Для постоянных клиентов

Купон	Нет купона
Тип кешбека	Проценты
Размер	% или сумма
Сгораемый	☒

- Для дарителя

Реферальная программа

Активна	☒
Реферальное вознаграждение	Фиксированная сумма
Сумма	100 P

Сохранить

Отменить

Загрузить логотип или фото точек если логотипа нет. Например, для небольшой торговой точки у которой нет логотипа, фото торговой точки работает даже лучше.



v. 1.1

Настройки компании

Контакты

Адреса точек

Система лояльности

Рекламные кампании

Кампания Kidsby Идет показ

Показы: 157
Клики: 53 Баланс: 1210 / 10 000 Р
CTR: 41

Кампания Kidsby#... Идет показ

Показы: 265
Клики: 101 Баланс: 1210 / 5 000 Р
CTR: 65

Купоны + Q

Купон на бесплатную чашку...

Приведи друга и получи по...

Контактные данные вашей компании

Логотип Загрузить

Компания

Телефон

Email

Сайт

Instagram

Facebook

VK

Youtube

Сохранить Отменить

Добавить адреса торговых точек.

Настройки компании

Контакты

Адреса точек

Система лояльности

Рекламные кампании

Кампания Kidsby Идет показ

Показы: 157
Клики: 53 Баланс: 1210 / 10 000 Р
CTR: 41

Кампания Kidsby#... Идет показ

Показы: 265
Клики: 101 Баланс: 1210 / 5 000 Р
CTR: 65

Купоны + Q

Купон на бесплатную чашку...

Приведи друга и получи по...

Купон на подарок к чашке ко...

Ваши адреса

☒ Магазин на Шарапова
Россия, Москва, ул. Шарапова 4, вход БЦ "Орион" 4...

☒ Магазин на Фрунзенской
Россия, Москва, ул. Фрунзенская 4, вход с улицы.

☐ Магазин на Успешной
Россия, Москва, ул. Успешная 4, БЦ "Восторг" 1 этаж.

+ Добавить адрес

Изменение адреса

Название точки

Указать на карте

Улица

Страна

Регион

Город

Режим работы —

Телефон

Фото

+ Добавить ещё

Сохранить Отменить

Удалить адрес

3.4. Триггеры для системы лояльности

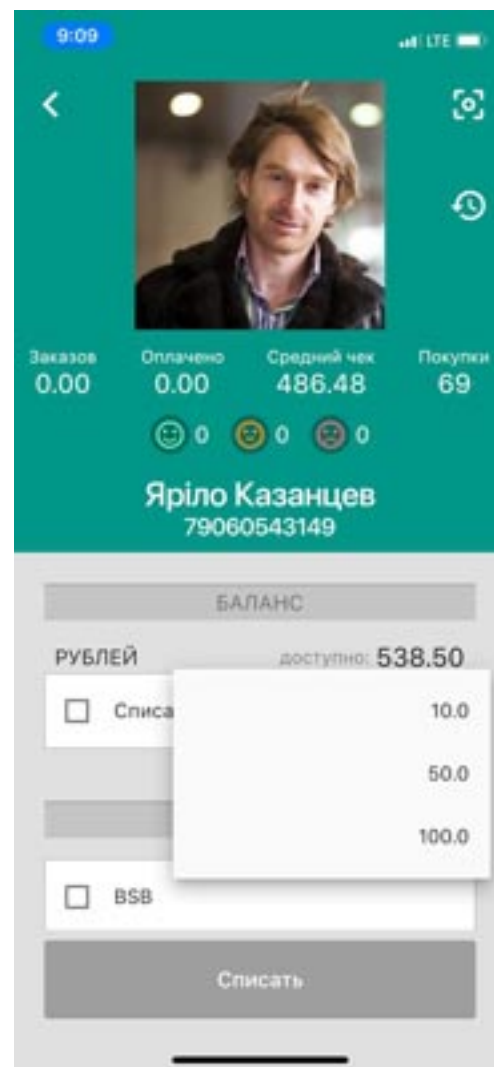
Платформа позволяет настроить триггерные условия начисления или списания. Например, вы хотите чтобы баллы или купон начислялись не каждый раз, а при каждой 5-й покупке, или чтобы начисление было при сумме заказа свыше 1000 Р.

Списание так же может быть минимальным: сумма или кратные суммы. Например сеть кофеен прописала списание сумм кратных 150/200/250 Р.

Если такие триггеры установлены в платформе, то приложение даст списать только заданные суммы.



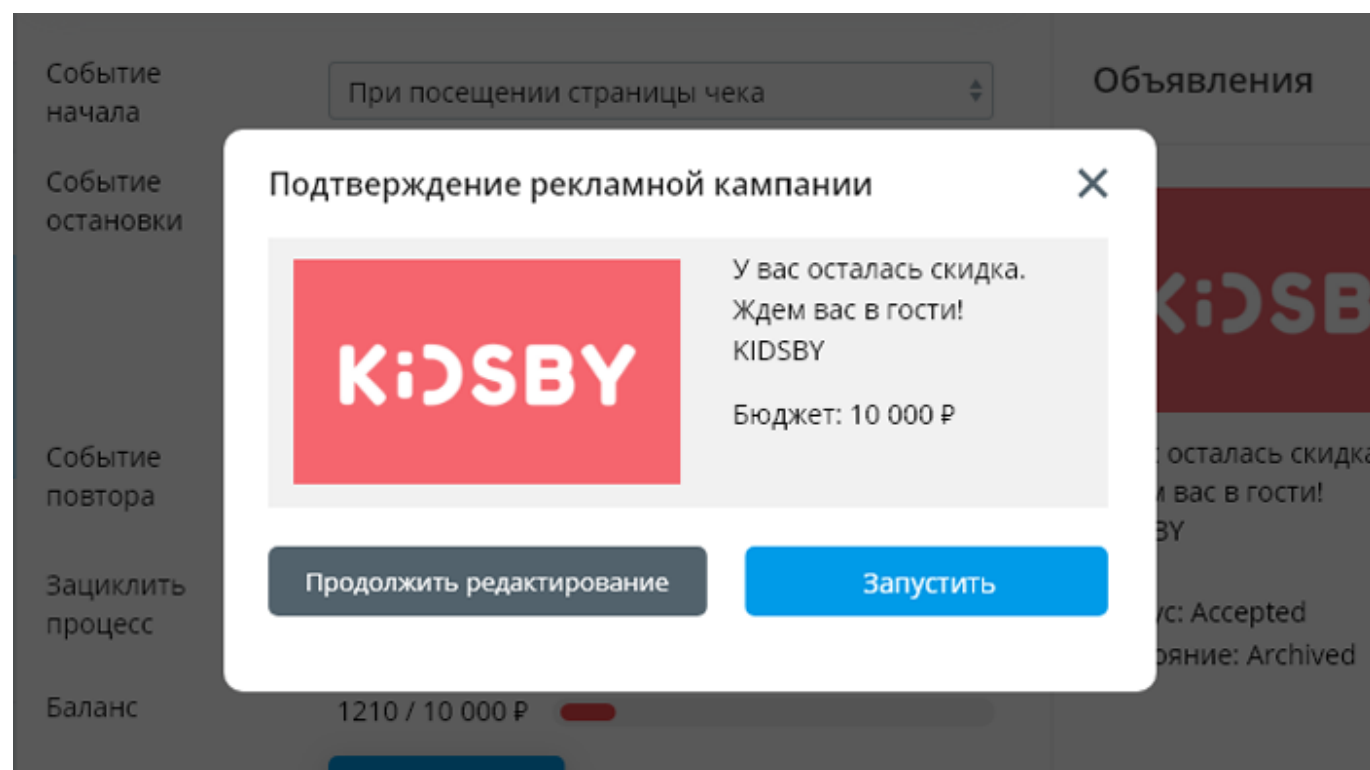
v. 1.1



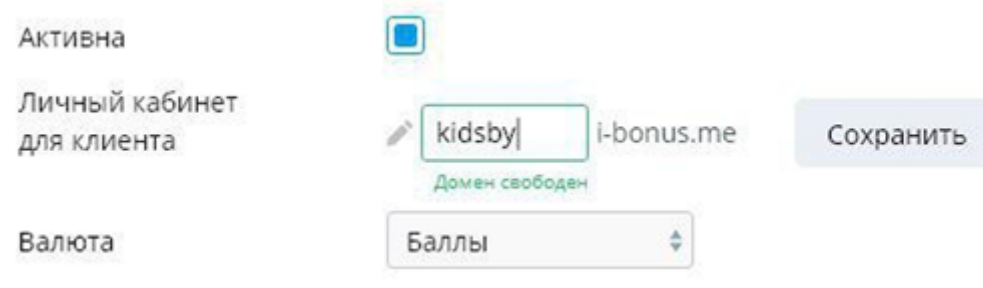
3.5. Предпросмотр созданных настроек

Проверьте все, особенно перед запуском рекламной кампании.

РК будет видна в попап окне.



Посадочная страница, куда попадет покупатель с рекламы, видна тут.





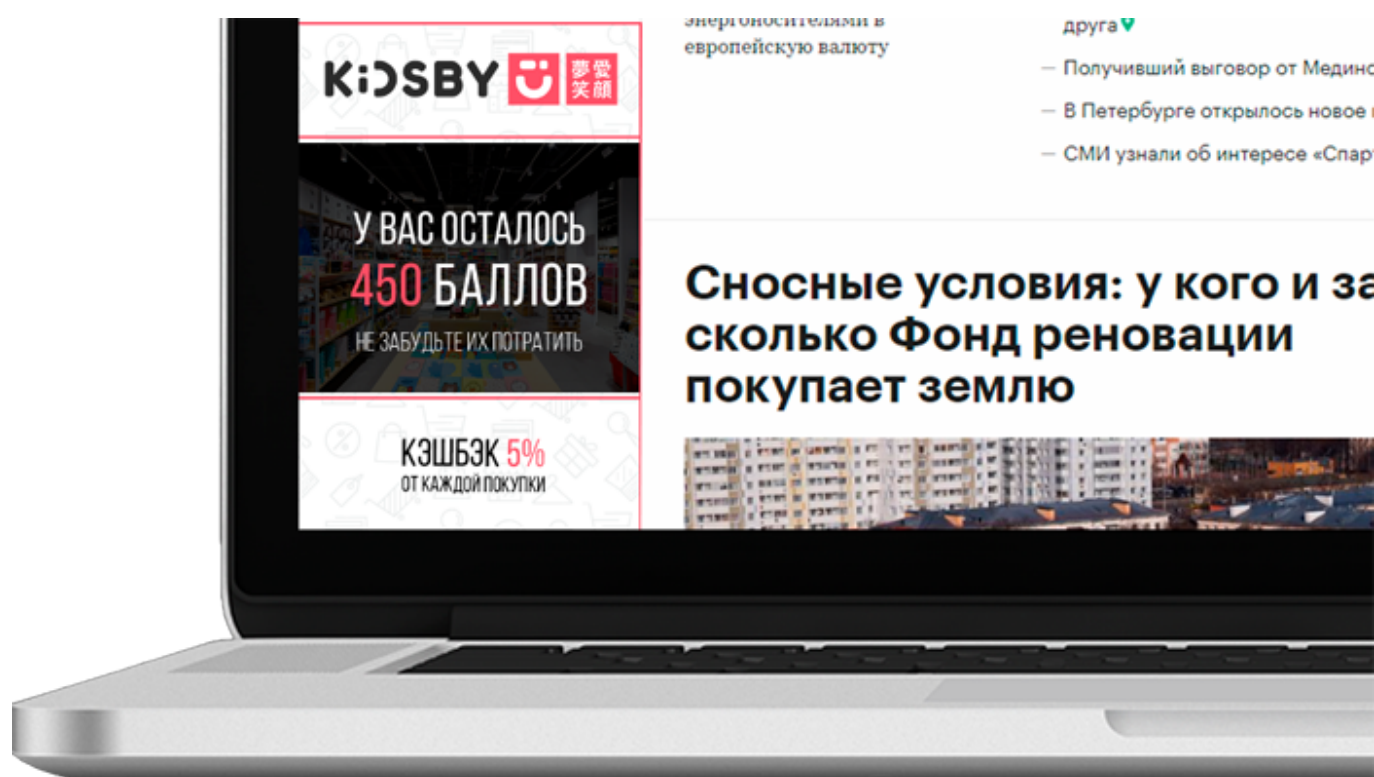
v. 1.1

Она своя у каждого мерчанта

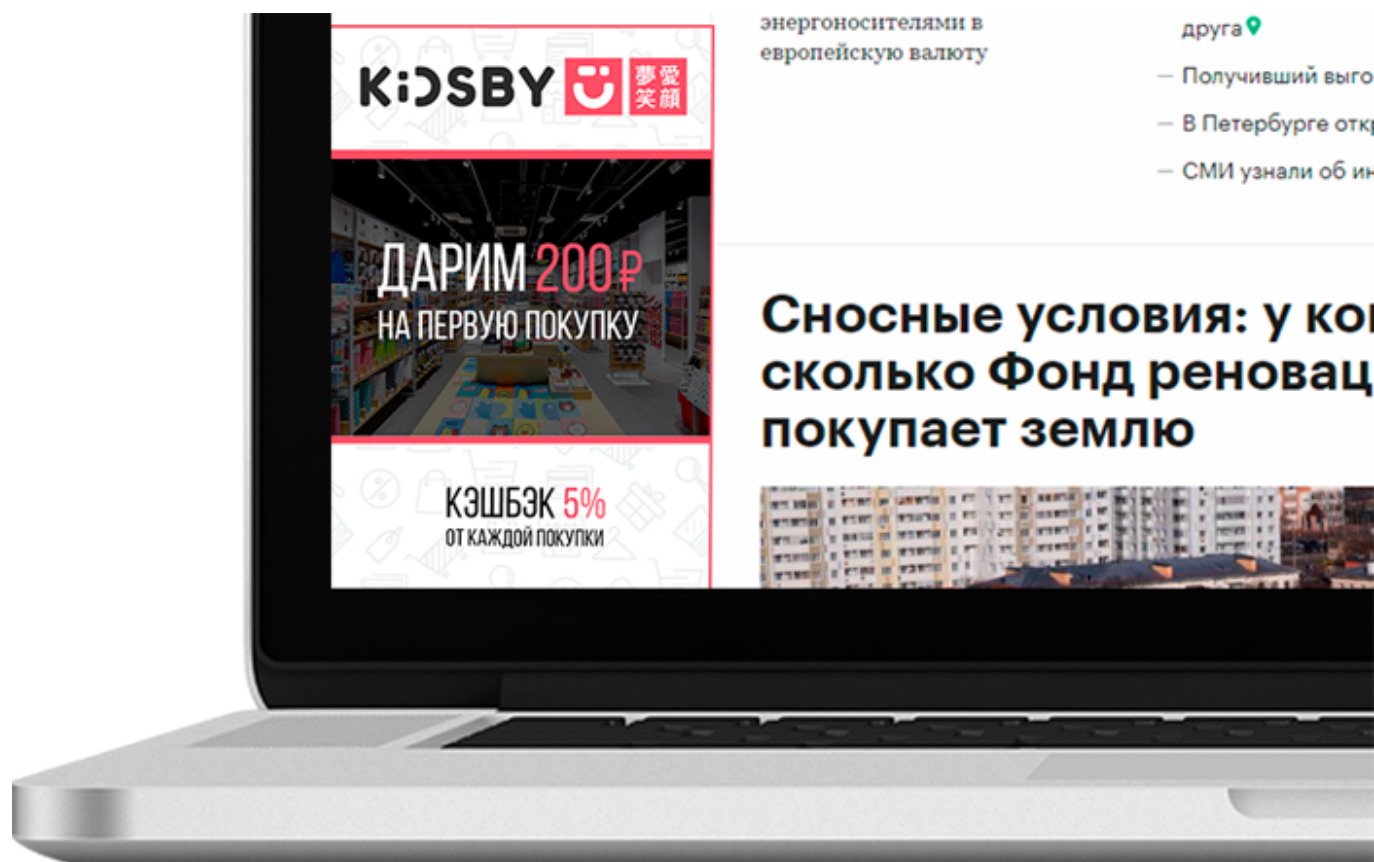
Если все описано корректно, следует пополнить баланс и запустить РК.

Важно! мерчанту создается три рекламных кампании и у каждой свои задачи.

- **РК на напоминание.** Она напоминает текущим клиентам о том, что у них остались баллы и в общем всячески дает о себе знать.



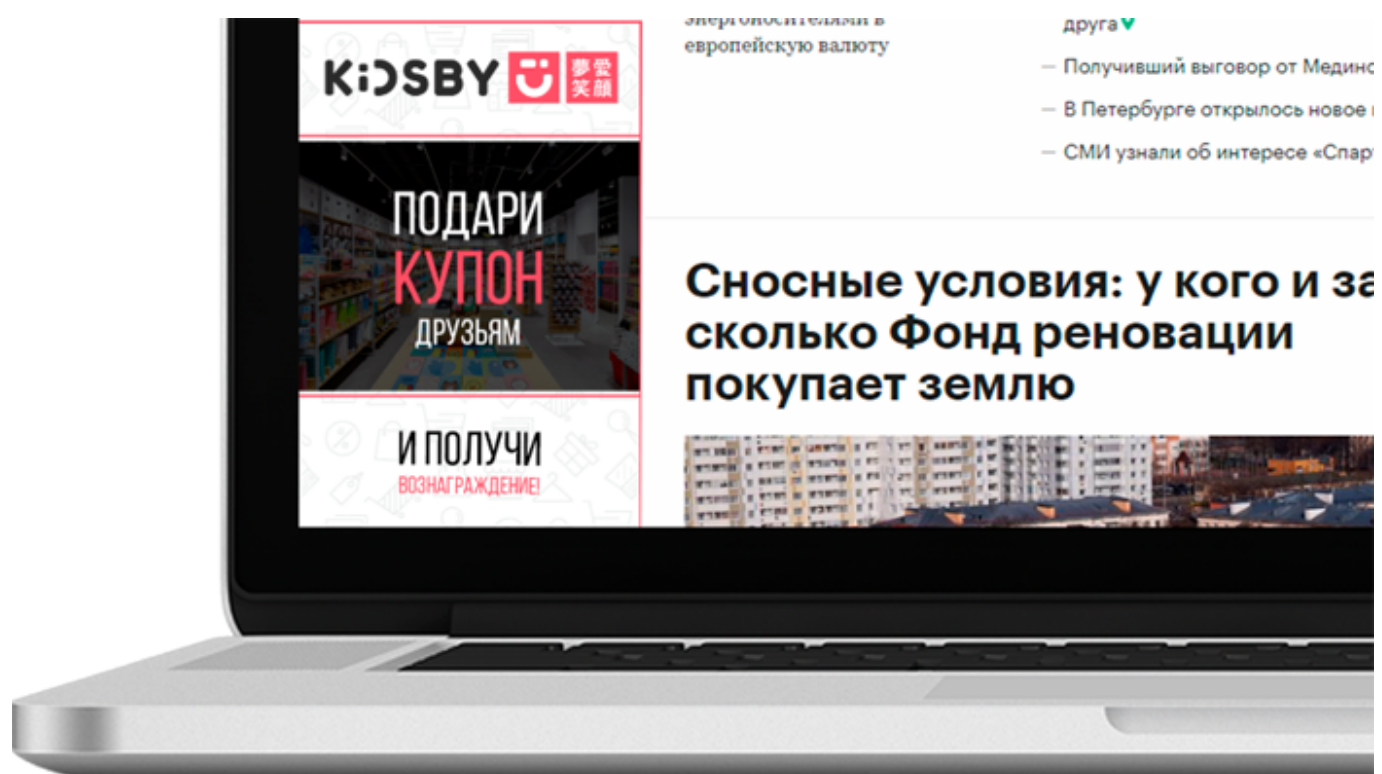
- **РК на поиск новых клиентов.** Она ищет новых клиентов, которые похожи на текущих покупателей в радиусе 3 км.





v. 1.1

- **РК на шаринг.** Она побуждает текущего клиента подарить скидку друзьям.



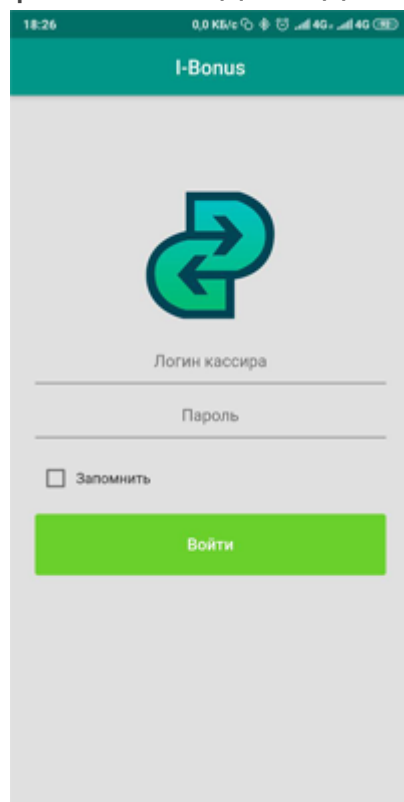
4. Работа с платформой для кассиров.

4.1. Первичная настройка системы в торговой точке

Установить кассиру мобильное приложение или виджет.

Ссылки на приложения на главной странице сайта i-bonus.me или по прямым ссылкам [iOS](#) [Android](#) [Виджет](#)

Ввести логин / пароль, который вы создали для кассира или мерчанта.



Обязательно обучить кассиров, т.к. если они не будут предлагать клиентам списание и начисление баллов, ничего не получится.

Наклеить [наклейки](#) в торговой точке на входную дверь и кассовую зону.



v. 1.1



4.2. Интерфейс работы кассира на кассе

Чтобы все это работало, не надо сложных интерфейсов и специально обученных людей.

Внешне это простая систем лояльности, которая работает как списание и начисление баллов. А все остальное спрятано «под капотом».

Просто еще раз покажем, как все это работает на связке кассир/покупатель.

4.3. Механизм начисления

В момент покупки кассир предлагает покупателю подарок, если клиент соглашается, кассир сканирует чек, вводит через приложение телефон покупателя.

11:39 0,40KB/c 22%

← Покупатель

Выберите и заполните минимум одно поле:

☒ Телефон
+7 (916) 332-00-52

☐ Email

Отправить



v. 1.1

Покупатель получает SMS с чеком и подарком.

https://kassa.i-retail.com/fiscal_cl

150 ₽

[Смотреть чек](#)

Вам понравилось?



Напиши отзыв и получи в подарок
купон Купон на кофе
кэшбек 7 руб.



Отзыв (не обязательно)

Отправить

После отзыва покупатель попадает в личный кабинет.



[Смотреть чек](#)

KiDSBY

Кэшбек
5%



Владелец:	Начислено:	Всего:
Миллер Я.	+21 ₽	190 ₽

[Это не вы?](#)



8945 4568 4586 458

Сгорают:
120 ₽
20.06

Добавить
в Google Pay

Подарить скидку друзьям!



v. 1.1

Кассир видит историю заказов, данные о покупателе, отзыв который покупатель оставил.

←Заказы≡

Номер:0-0019-00000140
Сумма:99.0 Р
Начислено рублей:4.95
Отзыв покупателя:Soshi
Реакция😊

+79060543194
Оплата от19.04.2019 08:20:39

Номер:0-0019-00000139
Сумма:1420.0 Р
Начислено рублей:71.0

+79510969069
Оплата от19.04.2019 07:37:17

Номер:0-0019-00000138
Сумма:300.0 Р
Начислено рублей:15.0
Отзыв покупателя:Все понравилось

+79265222752
Оплата от18.04.2019 14:18:22

Номер:0-0019-00000137
Сумма:906.0 Р
Начислено рублей:45.3

4.4. Механизм списания

Кассир на кассе сканирует штрих код электронной карты лояльности.

Такой же код есть и на купоне.

Если покупатель со старым телефоном, где нет картинок, или у кассира нет сканера, то можно просто ввести номер телефона вручную.

11:100.0 Kbit/s📶🔋

←Отправка чека

Введите данные покупателя:

ТелефонEmail

Телефон

+7

Заполните поле

✕

Продолжить

📶🔍

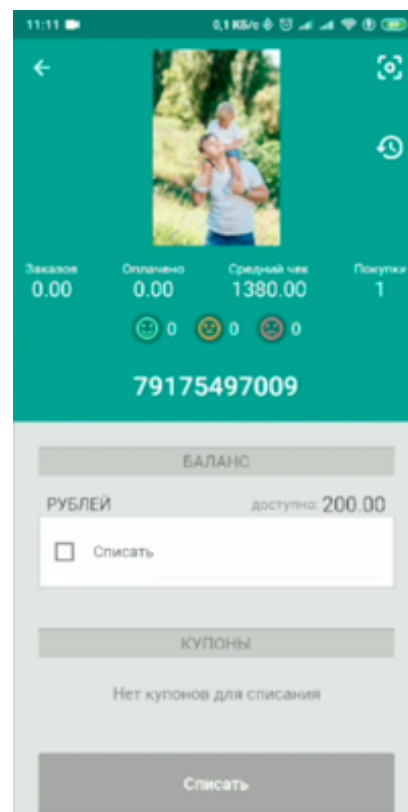
123-4567890+

✓

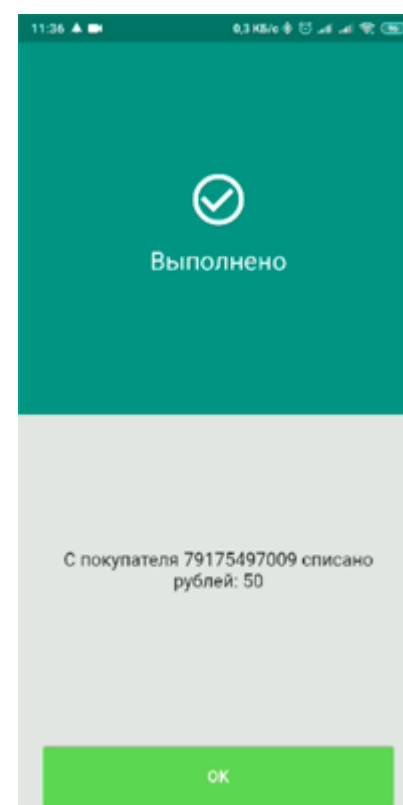
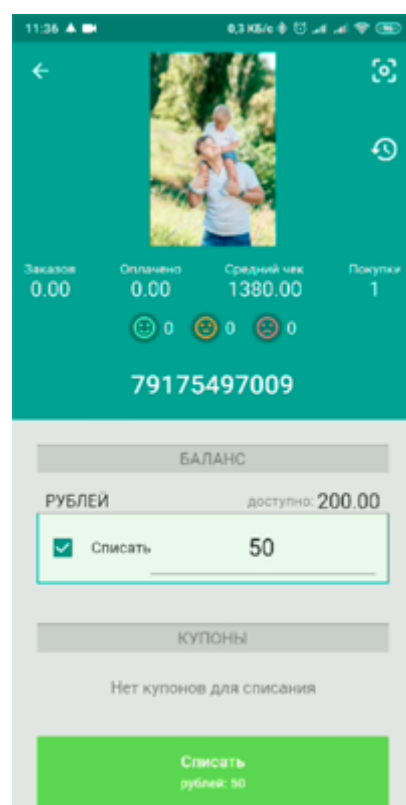


v. 1.1

Открывается карточка покупателя, в которой видны балансы и сводная информация.



Кассир выбирает что и сколько списать и производит списание.



Покупатель получает уведомление о списании.

Покупатель в любом интерфейсе видит актуальный баланс, по ссылке из sms доступен вход в личный кабинет.



v. 1.1

Если покупатель сохранил карточку в **Wallet**, то там тоже доступен актуальный баланс.



5. Работа с платформой. Интеграция

5.1. Интеграция с экосистемой мерчанта

Любая интеграция, это всегда проектная работа, т.к. цели и задачи могут быть разные.

Опишем самые частые вопросы, если они не нашли ответа, то следует связаться с техподдержкой или руководителем продукта.

Основные причины для интеграции могут быть две:

1. Мерчант не хочет использовать мобильное приложение или виджет, хочет это внедрить в свои кассовые или рабочие места.
2. Многие мерчанты имеют свою систему лояльности, но при этом им интересны все или некоторые наши услуги.

Первый и простой способ сделать интеграцию - это web hooks.

Для этого в момент начисления и списания наш сервер отправляет запрос на обработчик мерчанта и сообщает %такой то клиент% %начислено или списано столько%.

Мерчант пишет обработчик своими силами, от нас он забирает только информацию, с которой может потом работать - отправить на кассовый софт или в аналитическую систему.

Например некоторые мерчанты, чтобы интегрировать со своей кассой, забирают информацию о списании, прокидывают её на кассовый софт и уменьшают сумму в чеке на сумму списаний (скидки). **API**.

ЗАКАЗ №200-3054	

*	ОПЛАТА ТОВАРОВ

1. 1 x Бизнес-ланч	
Сумма:	200.00 RUB
	в т.ч. НДС (20%) = 40.00
	сумма скидки = 0.00
2. 1 x Кофе американо станд.	
Сумма:	0.00 RUB
	в т.ч. НДС (20%) = 0.00
	сумма скидки = 120.00
----- Стоимость товаров указана с учетом скидки -----	
Сумма скидки	120.00 RUB
ИТОГО	200.00 RUB
в т.ч. НДС (18%)	40.00 RUB
СНО	Упрощенная СНО (Доход)
Наличными	0.00 RUB
Электронными	200.00 RUB
СЧЕТ	Оплачен



v. 1.1

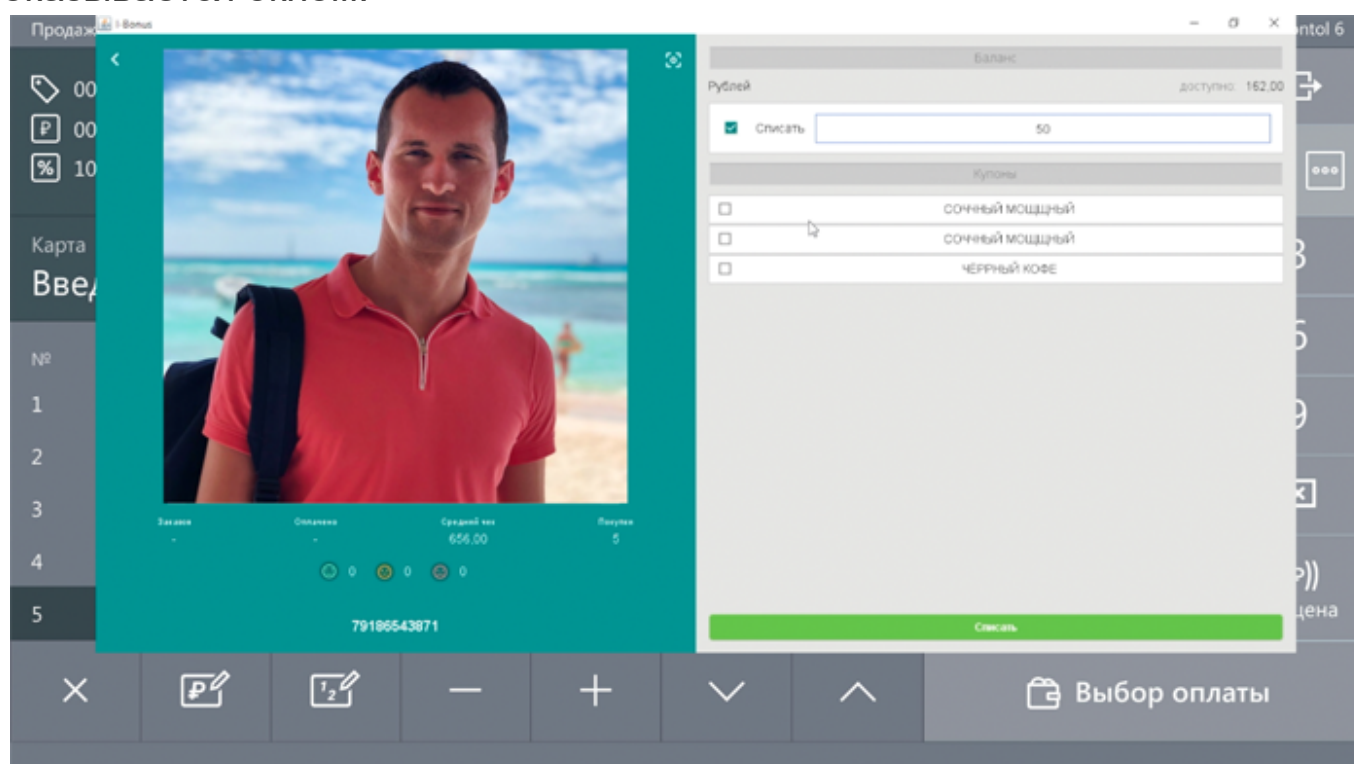
Платформа хорошо работает с интеграцией (1С/Iiko) для того чтобы сэкономить время на проведении операций.

Как технически происходит работа:

1. Сотрудник подходит к столу чтобы рассчитать клиента (спрашивает у него есть ли бонусная карта), вбивает в моб.приложение i-bonus номер телефона (списывает либо начисляет бонусы);
2. В кассе он выбивает пречек;
3. Клиент оплачивает заказ, в пречеке уже есть информация о списанных баллах;
4. Клиент получает чек.

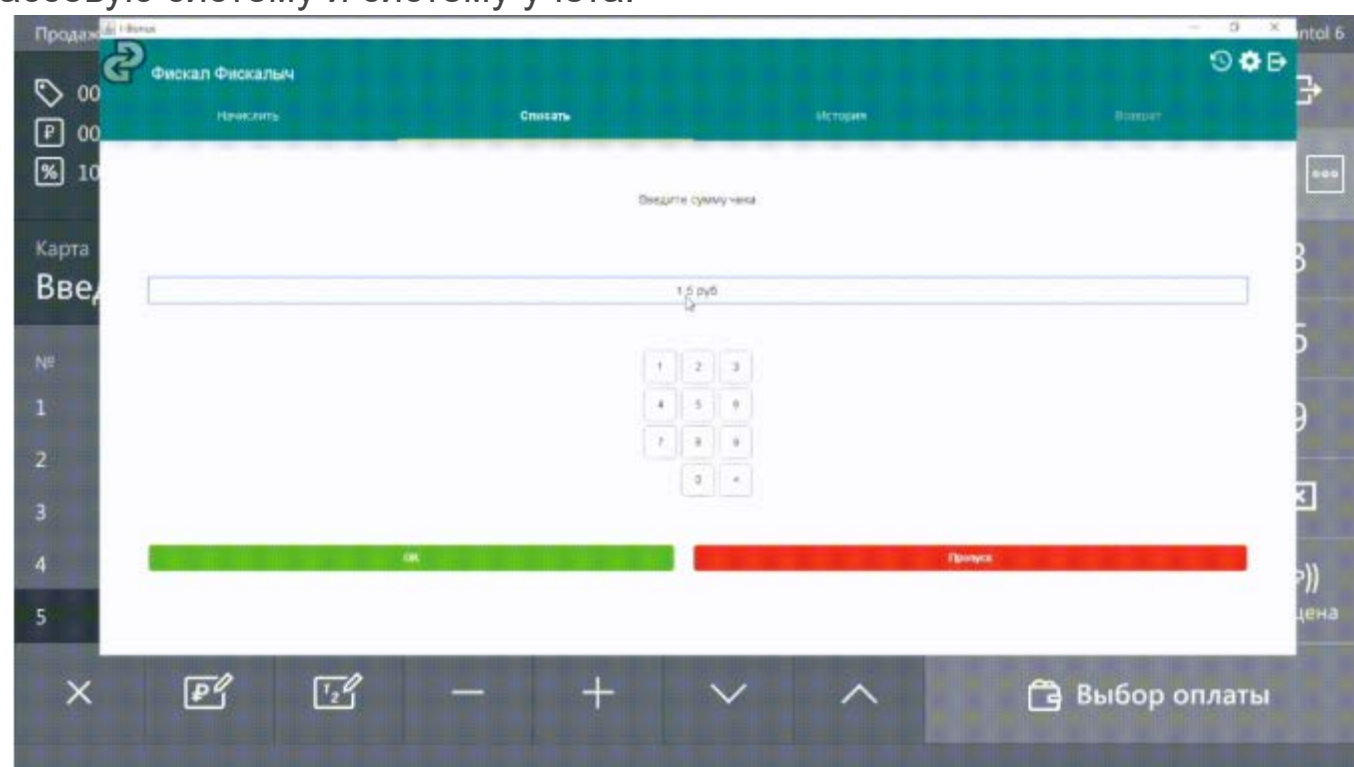
5.2. Интеграция с виджетом

У нас имеется виджет, который работает на любом windows устройстве. Виджет слушает порт печати чеков и в момент печати чеков, он показывается окном.



Виджет работает сам по себе и не зависит от кассового софта. Тем не менее мы предусмотрели интеграцию с виджетом.

Виджет удобен тем, что не надо разрабатывать интерфейсы по работе с покупателем, нужно забрать только итоговую информацию в свою кассовую систему и систему учета.





v. 1.1

Для работы остальных функций можно использовать API.
Все опции, что есть в личном кабинете или в нашем мобильном приложении, можно получить в виде [API](#).
Если требуется какой-то запрос, которого нет в данный момент, то можно также написать просьбу в [поддержку](#), чтобы узнать о возможности доработки данного функционала.
Также у нас пишутся приложения и модули для популярных кассовых систем, которые смогут работать совсем без интеграции. В данный момент это Эвотор, Фронтал и iiko. Список приложений постоянно расширяется. Актуальный список можно видеть на нашем сайте [i-bonus.me](#)

5.3. Миграция мерчанта с другой системы лояльности

Часто бывает, что увидев нашу систему, мерчант хочет перевести всех уже имеющихся клиентов на i-bonus.
Это можно сделать следующим образом:
Выгружается база в любом формате, создается заявка в [техподдержку](#) по загрузке данных в i-bonus (в процессе написания).
Важно учитывать, что старые клиенты пока не пройдут по ссылке с чека, не смогут обогатиться данными. Т.е. у нас будет их история, баланс, но мы не сможем показывать им рекламу.
После миграции мерчант уже использует нашу платформу.

5.4. Товарный учет скидок в кассовом софте мерчанта

Технологически системы мерчанта и наша живут отдельной жизнью, но, при этом, для мерчантов, трепетно относящихся к учету, необходимо чтобы сходились денежные потоки и товарный учёт.
Кэшбэк (списание баллов) обычно указывается скидкой к чеку, поэтому, чтобы кассовый отчет сходился, необходимо завести скидку на кассовом софте. Как правило, это делается силами мерчанта или его подрядчиками, которые обслуживают кассовый софт.

В момент, когда кассир в приложении списывает баллы, необходимо сумму списания отразить скидкой к чеку.

ЗАКАЗ №200-3054	

*	ОПЛАТА ТОВАРОВ

1. 1 x Бизнес-ланч	
Сумма:	200.00 RUB
	в т.ч. НДС (20%) = 40.00
	сумма скидки = 0.00
2. 1 x Кофе американо станд.	
Сумма:	0.00 RUB
	в т.ч. НДС (20%) = 0.00
	сумма скидки = 120.00

Стоимость товаров указана с учетом скидки	
Сумма скидки	120.00 RUB
ИТОГО	200.00 RUB
в т.ч. НДС (18%)	40.00 RUB
СНО	Упрощенная СНО (Доход)
Наличными	0.00 RUB
Электронными	200.00 RUB
СЧЕТ	Оплачен



v. 1.1

Есть 2 варианта учета списания купонов в кассовой системе мерчанта:

- Завести товар с нулевой ценой.

```

                ЗАКАЗ №200-3054
*****
*                ОПЛАТА ТОВАРОВ                *
*****

1. 1 x Бизнес-ланч
Сумма: .....200.00 RUB
                        в т.ч. НДС (20%) = 40.00
                        сумма скидки = 0.00

2. 1 x Кофе американо станд.
Сумма: .....0.00 RUB
                        в т.ч. НДС (20%) = 0.00
                        сумма скидки = 0.00

-----
Стоимость товаров указана с учетом скидки

Сумма скидки                0.00 RUB
ИТОГО                200.00 RUB
в т.ч. НДС (18%)                40.00 RUB
СНО                Упрощенная СНО (Доход)
Наличными                0.00 RUB
Электронными                200.00 RUB
СЧЕТ                Оплачен

```

- Использовать свободную цену.

```

                ЗАКАЗ №200-3054
*****
*                ОПЛАТА ТОВАРОВ                *
*****

1. 1 x Бизнес-ланч
Сумма: .....200.00 RUB
                        в т.ч. НДС (20%) = 40.00
                        сумма скидки = 0.00

2. 1 x Купон на кофе
Сумма: .....0.00 RUB
                        в т.ч. НДС (20%) = 0.00
                        сумма скидки = 0.00

-----
Стоимость товаров указана с учетом скидки

Сумма скидки                0.00 RUB
ИТОГО                200.00 RUB
в т.ч. НДС (18%)                40.00 RUB
СНО                Упрощенная СНО (Доход)
Наличными                0.00 RUB
Электронными                200.00 RUB
СЧЕТ                Оплачен

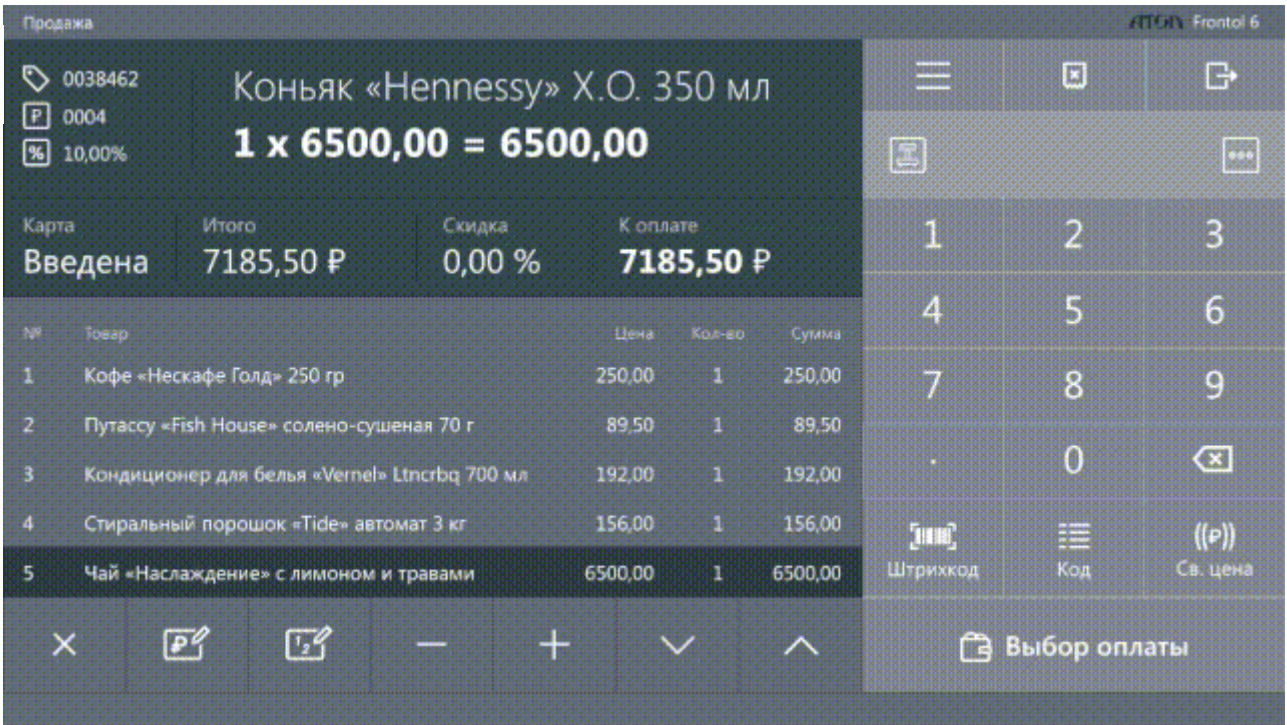
```

Т.е. в момент списания купона в i-bonus необходимо в кассовой программе мерчанта выбрать товар с нулевой ценой, или, выбрав товар по свободной цене, указать номинальную цену 0 р.

Выше мы описали кейсы, для использования «безинтеграционного» решения, т.е отдельно наше приложение и отдельно мерчанта. Если эта работа через нативные приложения, то скидка и списание купонов, как правило, уже делается автоматически.



v. 1.1



*В будущем в личном кабинете можно будет настроить артикул, который должен будет списываться в системе учета при списании купона.
(*Скоро)

В случае если клиент хочет интеграцию - необходимо её провести, написав запрос в [техподдержку](#).

6. Продажи для партнеров

6.1. Продажа услуги, примеры диалогов, презентация услуги клиентам

Опишем логику идеальной презентации, но все прекрасно понимают, что идеально получается не всегда, поэтому главная цель - победа любой ценой, но чтобы все были довольны и клиент и мы :))
Если у вас получится сделать это более легким способом, нет ничего страшного), обязательно присылайте нам успешные примеры и мы будем добавлять их в копилку знаний.

6.2. Презентация продукта клиенту по телефону, скайпу или очно для теплого лида

К презентации лучше подготовиться заранее, посмотреть чем занимается мерчант, чтобы говорить на его языке и приводит релевантные примеры. Пример работает гораздо лучше, чем долгое объяснение.
Ваша задача - презентовать возможность продукта.
В момент диалога сразу предложить отправить клиенту демо-чек. Этим вы решите сразу несколько задач:
Сократите дистанцию, возьмете ненавязчиво номер телефона клиента, автоматом запустится напоминающая реклама после разговора.
P.S демо чеки обязательно надо отправлять с рабочего аккаунта, на котором настроена основная воронка продаж.

Попросите клиента зайти на ссылку в SMS и поставить отзыв, комментируя при этом каждый шаг:
Ваши клиенты после покупки получают чек с возможностью ставить отзыв. Показываете скрин экрана мобильного приложения кассира - раздел история, комментируете данные, которые есть в карточке заказа.



v. 1.1

Показываете скриншот ЛК заказа и карточки покупателя, если там есть интересы, то обязательно их показываете. Если нет, то комментируете, что в этот момент вы оцифровали покупателя, показывая id пикселя Интересы, Профиль если открылся в ВК.

Рассказываете для чего это нужно.

Пример аудио записи

Далее пояснение, где покупатель видит свои начисленные баллы, если у клиента есть Wallet или GPay - просите сохранить карту и поделиться с кем то, чтобы продемонстрировать как это работает.

Далее показываете как происходит списание баллов и купонов.

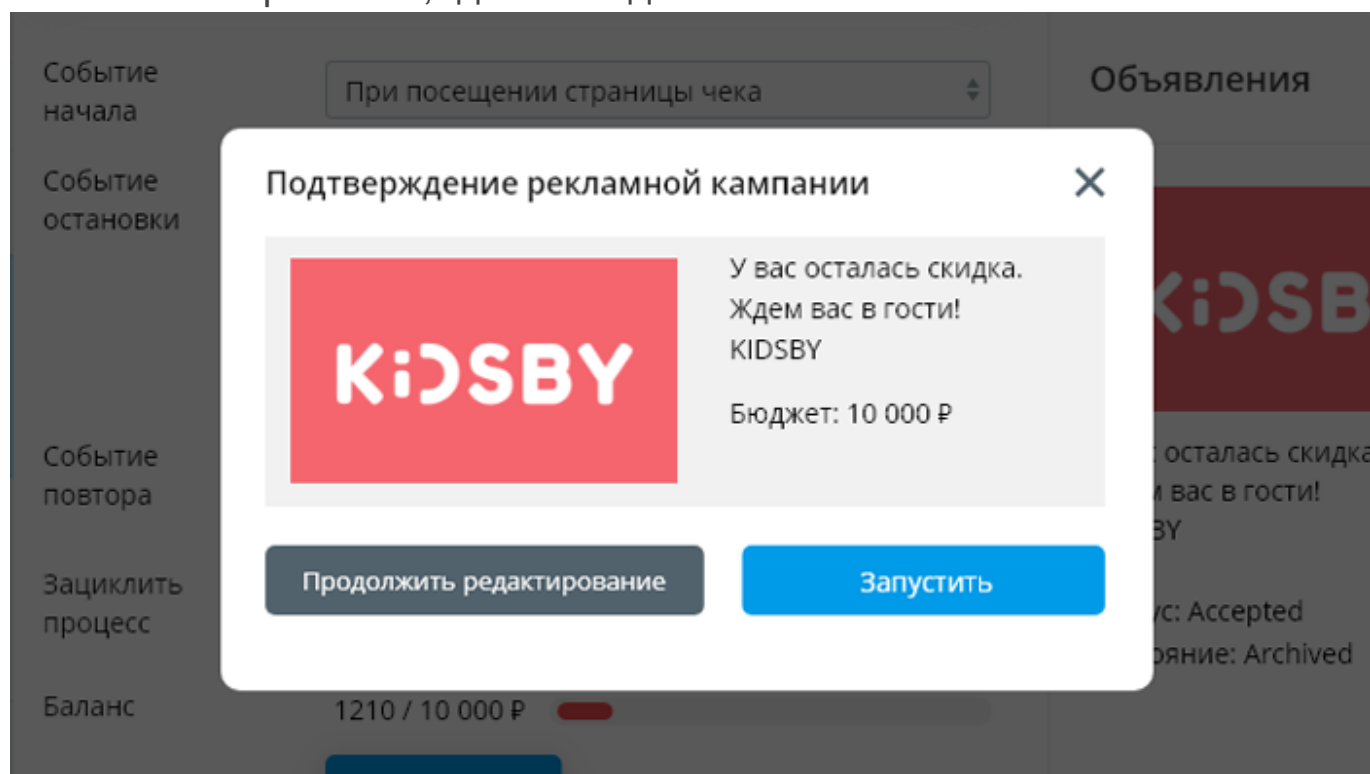
Списываете в приложении, показываете.

Просите при этом клиента быть на странице ЛК покупателя, чтобы он мог видеть как обновится баланс.



v. 1.1

Далее объясняете, что как только баллы начислены, ему начнется показ рекламы, как мягкое напоминание о том, что остались баллы. Но т.к это тестовый аккаунт, то он рекламы не увидит. При этом показать ему обязательно экран в ЛК, где это видно!



По итогу презентации подвести итоги в виде аналогии и предложить завести сразу аккаунт и настроить систему лояльности.

6.3. *Прогрев холодного клиента*

Для продажи и презентации услуги мы рекомендуем технику «точки притяжения».

Суть техники - нащупать главную потребность или боль мерчанта.

Например, у кого-то уже есть система лояльности или мерчант имел негативный опыт работы с другими системами лояльности.

Если вы будете заходить через эту точку входа - вы получите скорее всего отказ.

Мы рекомендуем использовать следующие точки притяжения.

Система лояльности (те, кто не имеет скидочных карт и не знает как это сделать)

Цифровой портрет покупателя. Особенно актуально для крупного сетевого бизнеса, т.к. нет ни одного инструмента на рынке кроме нашего, которое так легко это делает.

Потребность в новых клиентах. Как правило эти люди что-то делают с продвижением, ведут соцсети, но уверен на 200%, что они не довольны результатом.

Онлайн отзывы. Один недовольный клиент может погубить весь бизнес, поэтому система отзывов очень ценный продукт сам по себе.

Выбирайте точки притяжения через предварительные вопросы. Например вы пришли к мерчанту, спросите заранее у продавцов, есть ли у них скидочные карты или есть ли они в соцсетях и довольны ли они подрядчиком, который ведет им аккаунт.

Для крупного ритейла очевидная проблема - знание своего текущего клиента.



v. 1.1

Таким образом, имея предварительную информацию, вам легче будет вести диалог.

Напомним, что получает мерчант при работе с i-bonus.

- Умную систему скидок и выпуск электронных карт лояльности.
- Новых клиентов.
- Автоматическое ведение рекламных компаний.
- Цифровой портрет своего покупателя.
- Онлайн отзывы о работе заведения.
- Возможность выстроить пожизненный цикл клиента.

6.4. Аналогия для упрощенного понимания

Если провести аналогию с традиционными инструментами рекламы, то i-bonus по сути вам делает следующие вещи:

- **Выпускает электронные карты лояльности**, с ценой карты 3₽ (стоимость выпуска карты, это цена sms сообщения 3 руб), в то время как пластиковая карта стоит в среднем 100₽.

- **Встречает гостей (хостес)**

Представьте, что на улице стоит специально обученный человек, который знает в лицо всех ваших покупателей и как только они их видит, он здоровается и приглашает зайти в гости, напоминая, что у них осталась скидка в вашем заведении.

- **Книга жалоб и предложений**

После покупки предлагаем оставить отзыв. Раньше это делали в книге жалоб и предложений, которая обязана быть в каждом уважающем себя заведении).

- **Сопровождает гостей (догоняющая реклама)** Представьте, те, кто побывал в вашем заведении и имеет вашу карту лояльности или купон, ненавязчиво видит хостеса. Хостес не специально ходит за покупателем, а совершенно случайно они видят друг друга в разных местах. Хостес ничего не навязывает, просто время от времени, как бы случайно, встречается или проходит мимо, улыбается машет ручкой.

- **Автоматизирует раздачу рекламной продукции промоутерами.**

Вместо того, чтобы брать на работу промоутеров, следить за ними, мы это делаем автоматически. Причем вы не платите за раздачу, вы платите, по сути дела, за то, что человек взял, причем сам взял, а не всунули в руки. Более того, реклама раздается не всем прохожим, а только тем, кто точно является вашей целевой аудиторией.

- **Советчик.**

Т.к. система позволяет выстроить пожизненную воронку, представьте что ваш хостес станет не то чтобы другом, но профессиональным советчиком по многим бытовым вопросам, связанным с покупками.

Например вовремя подскажет, что пора сменить шины у машины и подскажет где лучшая цена, или зная что вы любите соевое молоко, подскажет где самое лучшее молоко.

6.5. Закрепление материала

- Создаем систему лояльности, делаем купоны и кэшбэк, загружаем логотип, заполняем все необходимые поля, запускаем РК.



v. 1.1

- Присылаем скриншоты начисления списания, начисления приветственного купона.
- Тренируем диалог подключения и продажи.
- Присылаем запись разговора с любым потенциальным клиентом.
- Отвечаем на FAQ без подсказки.

7. Сверка с поставщиками услуг (ФИН БЛОК + Поддержка) в разработке

У нас есть свои поставщики услуг, у которых мы берем sms, рекламу, email, обогащение данных. За эти услуги мы берем деньги с мерчанта. Необходимо проводить сверки между тем, что мы взяли с мерчанта и тем, сколько с нас списал поставщик услуг.

7.1. Реклама в разработке

Рекламная кампания каждого мерчанта создается в нашем общем аккаунте.

Для легкости сверки мы каждую РК называем по имени и id мерчанта.

Сверяем сколько списано с мерчанта тут:

Сверяем сколько с нас списали РК тут:

Важно - т.к. у нас должна остаться комиссия за введение компании, сейчас это 8 % от показа, необходимо сверить, чтобы эта разница между тем что мы списали с мерчанта и тем, что списали с нас, осталась на нашем внутреннем балансе.

Коэффициент наценки настраивается в разделе "Поставщики" тут:

7.2. SMS в разработке

Смотрим сколько sms и денег списано с мерчанта и сколько с нас. Важно учесть кол-во символов в SMS. т.к. поставщик списывает именно за кол-во SMS в котором 68 символов кириллицы или 140 латиницы.

7.3. Email в разработке

Есть рекламные email и транзакционные.

Рекламные мы отправляем за деньги и берем за это деньги с мерчанта.

Транзакционные отправляются бесплатно.

Смотрим тут:

7.4. Обогащение данных в разработке

У нас могут быть разные поставщики данных, но для облегчения расчетов с мерчантом, мы списываем с него единую цену за успешный профиль.

Успешные обогащения профиля с мерчанта смотрим тут:

Наши транзакции в разрезе поставщиков смотрим тут:

