



УТВЕРЖДАЮ  
Генеральный директор  
\_\_\_\_\_ Игохин С.В.  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2016г.

**СТАНДАРТ**  
**«Система лояльности»**

## **Условные сокращения:**

ГД – генеральный директор  
КД – коммерческий директор  
ДпМ- Директор по маркетингу  
ДР – директор по развитию  
ГБ – главный бухгалтер  
МП –менеджер по персоналу  
УК – управляющий клуба  
МПФ – менеджер по продажам фитнес  
А-администратор  
СТ- старший тренер  
Т– тренер  
ФК – фитнес консультант  
СМ – сервис менеджер  
М – маркетолог  
СММ – менеджер СММ

## **1. Общие положения.**

### **1.1. Базовые принципы и цели.**

**Система лояльности** – это набор современных маркетинговых инструментов, позволяющий превратить случайных и постоянных клиентов в лояльных приверженцев товара и услуг, компании, бренда. Целью любого предприятия являются клиенты, их потребности и желания. Система лояльности существует для того, чтобы выявить эти желания и потребности, а так же удовлетворить их так, чтобы клиент остался довольным и вернулся вновь.

Система лояльности обеспечивают, долгосрочные взаимоотношения между ее участниками. Ключевая цель подобных программ состоит в увеличении прибыли предприятия, ее доходов и доли на рынке, а так же перед программами лояльности

ставятся не менее важные цели – это возможность удерживать клиентов и привлекать новых, накапливать обширную базу данных о них.

### **Основные цели системы:**

- Основная цель - выстраивание взаимоотношений с клиентами, надолго завоевав, их лояльность тем, что их потребности будут удовлетворяться компанией – организатором;
- Привлечение новых клиентов (участники программы сами делают рекламу, рассказывая о ее плюсах друзьям, знакомым, тем самым привлекая их к участию). Либо компания - организатор предлагает привлекательные привилегии в рамках программы так, что новые клиенты начнут стремиться вступить в программу самостоятельно;
- Построение базы данных клиентов. Хорошо организованная база данных – сильнейший инструмент компании;
- Создание возможности для общения с участниками программы;

### **Второстепенные цели системы:**

- Улучшение имиджа торговой марки, компании в целом;
- Стимулирование клиента на повторную покупку;
- Решение проблем участников программы и т.д;
- Повышение частоты посещения клуба;
- Увеличение частоты использования товаров и совершения покупок;
- Поддержка связей с общественностью;
- Дополнительная возможность поддержки клиентов.

## **1.2.Целевая аудитория.**

Целевая аудитория нашей программы лояльности – постоянные клиенты (члены клуба Броско).

## **1.3.Сфера применения.**

Настоящий стандарт устанавливает организацию, правила и условия участия в программе лояльности для новых и постоянных клиентов. (Членов клуба Броско).

Участниками данного бизнес процесса являются генеральный директор, коммерческий директор, директор по маркетингу, управляющий клуба, администратор, менеджер по продажам, старший тренер, тренер, фитнес консультант.

Куратор за содержанием, изменениями и внедрением Стандарта « «Броско фитнес» - Директор по маркетингу.

Главный контролер исполнения Стандарта- Генеральный директор.

### 1.5.График создания положения Стандарта.

Данный Стандарт принимается единовременно, начинает свое действие с 1.09.2016 г.

Ежеквартально могут вноситься коррективы в Стандарт, но не позднее 1 числа месяца следующего за кварталом.

Действия данного Стандарта устанавливается приказом после его утверждения генеральным директором.

### Описание стандарта система лояльности.

| №  | Бизнес-процедура                                                                                                                                                                                                                             | Исполнители | Адресат предоставления информации | Сроки                                                         |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| 1. | Система лояльности вводится один раз в год и действует на постоянной основе.                                                                                                                                                                 | ДПМ         | ГД                                | До 20 числа последнего месяца года                            |
| 2. | Ежеквартально могут вноситься корректировки в систему лояльности.                                                                                                                                                                            | ДПМ         | ГД                                | Ежеквартально, не позднее 20 числа последнего месяца квартала |
| 3  | Утверждение корректировок по системе лояльности.                                                                                                                                                                                             | ДПМ         | ГД                                | До 25 числа последнего месяца квартала                        |
| 4. | Срок действия бонусной системы: <ul style="list-style-type: none"><li>Баллы сгорают, если в течение шести месяцев не использовали карту для факта регистрации посещений клуба, оплаты покупок или услуг;</li></ul>                           | ДПМ         | ГД                                |                                                               |
| 5. | Срок действия клубных карт. <ul style="list-style-type: none"><li>Vir карта считается не действительной, если в течении года по ней не было совершено ни каких действий.</li><li>Клубная карта считается не действительной, если в</li></ul> | ДПМ         | ГД                                |                                                               |

|    |                                                                                                                                                                                                                                                |              |    |                                                                |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|----|----------------------------------------------------------------|
|    | течении 3 лет по ней не было совершено ни каких действий.                                                                                                                                                                                      |              |    |                                                                |
| 6. | Опрос и анализ системы лояльности. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Адекватность бонусной системы.</li> <li>• Выявление недостатков системы лояльности.</li> <li>• Измерение индекса NPS</li> <li>• Учет жалоб и претензий.</li> </ul> | ДПМ, М, СММ. | ГД | Ежеквартально, не позднее 15 числа последнего месяца квартала. |
| 7. | Предоставление анализа и предложений по системе лояльности.                                                                                                                                                                                    | ДПМ          | ГД | Не позднее 10 числа месяца следующего за кварталом.            |

### **1.6.Оповещения клиентов по системе лояльности.**

- **Е-mail, sms-рассылки;**
- **Страница программы на сайте Броско;**
- **Внутренние коммуникации:**

**Постер внутри клуба; Сообщения от персонала – администраторов и тренеров, интегрированные в ежедневное общение с клиентом.**

**Сотрудники должны владеть информацией по системе лояльности, они должны уметь рассказать о ней и заинтересовать своим рассказом клиентов.**

**СОГЛАСОВАНО:**

Главный бухгалтер \_\_\_\_\_ Матвеева Л.В. «\_\_» \_\_\_\_\_ 2016г.

Коммерческий директор \_\_\_\_\_ Билибенко Е.В. «\_\_» \_\_\_\_\_ 2016г.

Директор по маркетингу \_\_\_\_\_ Сергеева М. А. «\_\_» \_\_\_\_\_ 2016г.

Старший тренер \_\_\_\_\_ Ремпель А.А. «\_\_» \_\_\_\_\_ 2016г.

Сервис менеджер \_\_\_\_\_ Новикова Е.О. «\_\_» \_\_\_\_\_ 2016г.



## Приложение №1

### Стандарта «Система лояльности»

#### **Привилегии для членов клуба Броско.**

- Скидка до 40% на абонементы и все услуги клуба;
- Возможность участвовать в специальных акциях, доступных только членам клуба;
- Участие в клубных встречах, праздниках, семинарах;
- Регулярная диагностика фигуры и мониторинг достигнутых результатов. Возможность получать отчет в любое удобное время и в любой удобной форме, по средствам личного кабинета;
- Участие в бонусной программе.
- До 36 дней «заморозки» клубной карты.

#### **1. Система скидок.**

- Золотая карта дает право на 20% скидку (карта выдается при достижении суммарного оборота 45000 в течении 18 месяцев)
- Серебряная карта дает право на 15% скидку (карта выдается при достижении суммарного оборота 30000 в течении 12 месяцев)
- Бронзовая карта дает право на 10% скидку (карта выдается при достижении суммарного оборота 15000 в течении 6 месяцев)

Данные скидки распространяются на приобретение или продление абонементов.

#### **2. Система бонусов.**

##### **Бонусная система вознаграждения.**

- За каждое посещение клуба - 1 бонус.
- За посещение в день рождения - 50 бонусов.
- За рекомендации, привела подругу - 50 бонусов.

- За продление абонеента до 15 числа - 100 бонусов.
- Подруга купила - 300 бонусов.
- За непрерывное продление абонеента в течение 6 мес - 500 бонусов.
- За непрерывное продление абонеента в течение 12 мес - 1000 бонусов.
- За покупку товаров и услуг на сумму от 5000 в месяц -500 бонусов.

Бонусы можно использовать при расчете за абонемент, бонусы и скидки по вип картам суммируются.

### **3.Система заморозки.**

#### **Право заморозки абонеента.**

- Месячный абонемент дает право заморозки 1 раз на 3 дня.
- Трех месячный абонемент дает право заморозки 3 раза по 3 дня.
- Шести месячный абонемент дает право заморозки 6 раз по 3 дня.
- Двенадцати месячный абонемент дает право заморозки 12 раз по 3 дня.

#### **Возможность дополнительной платной заморозки абонеента.**

- На 7 дней -400 руб.
- На 14 дней – 800 руб.

### **4.Тест драйв.**

#### **Тест драйв тренировок и услуг.**

Каждый потенциальный клиент имеет право по клип карте на три пробных тренировки(групповые занятия/велнес процедуры) .

### **5. Личный кабинет.**

#### **Личный кабинет на сайте и в мобильном приложении.**

- Возможность использования информации по тренировочному расписанию.
- Отслеживания личных результатов и достижений.
- Возможность записи на тренировку из личного кабинета.
- Баланс бонусного счета.
- Получение ответов на интересующие вопросы и т.д.

### **6. Консультации.**

#### **Консультации специалиста по питанию.**

- Составление программы тренировок .
- Составление программы питания.
- Замеры клиентов.
- Закрепление персонального тренера за каждым членом клуба.

### **7. Специальные мероприятия.**

- Праздники. Новый год, День всех влюбленных, 8 марта, День смеха и т.д.
- Клубные встречи.
- Семинары. Темы: сезонное здоровое питание, борьба со стрессом, похудение без ограничений в еде, разминки и небольшие зарядки в повседневной жизни (на работе, в офисе, дома, с детьми) и т.д.