



демо-версия

# Исследование рынка СИСТЕМ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ В РФ

[www.gidmark.ru](http://www.gidmark.ru)



## Содержание

- Часть 1** Методологические комментарии к исследованию
- Часть 2** Общее описание рынка систем лояльности клиентов
- Часть 3** Теоритические основы систем лояльности клиентов
  - 3.1. Общие сведения о программах лояльности
  - 3.2. Разработка эффективных программ лояльности клиентов
  - 3.3. Дисконтные программы лояльности
  - 3.4. Бонусные программы лояльности
  - 3.5. Коалиционные программы лояльности
- Часть 4** Крупнейшие программы лояльности клиентов в России
  - 4.1. Дисконтно-бонусная программа «Город скидок»
  - 4.2. Программы лояльности «Золотая середина»
- Часть 5** Программы лояльности авиакомпаний
  - 5.1. Общее описание бонусных программ авиакомпаний
  - 5.2. Авиационные альянсы
  - 5.3. Программа лояльности «Аэрофлот Бонус»
  - 5.4. Программа лояльности «S7 Приоритет»
  - 5.5. Программа лояльности СТАТУС ЮТэйр
  - 5.6. Программа лояльности «Трансаэро Привилегия»
  - 5.7. Бонусная программа «Крылья»
- Часть 6** Кобрендинговые программы банков
  - 6.1. Общие сведения о кобрендинге
  - 6.2. Программа лояльности «Спасибо от Сбербанка»
  - 6.3. Обзор кобрендинговых банковских карт
    - 6.3.1. Альфа-Банк
    - 6.3.2. ВТБ24
    - 6.3.3. Газпромбанк
  - 6.4. Программа лояльности PSBonus
- Часть 7** Обзор программ лояльности в отдельных отраслях экономики
  - 7.1. Программы лояльности операторов сотовой связи
    - 7.1.1. Программы лояльности «Счастливое время» от «Билайн»
    - 7.1.2. Программы лояльности «МегаФон-Бонус»

- 7.1.3. Программы лояльности «МТС Бонус»
- 7.2. Бонусная программа «Связной-Клуб»
- 7.3. Программа «РЖД Бонус»
- 7.4. Программы лояльности АЗС
- 7.4.1 Программа лояльности АЗС «Газпром»
- 7.4.2. Программа поощрения клиентов «ЛУКОЙЛ»

## **Часть 8 Рекомендации и выводы по исследованию**

- 8.1. Перспективы развития программ лояльности
- 8.2. Рекомендации по созданию эффективных программ лояльности
- 8.3. Ключевые факторы успеха систем лояльности

**СПИСОК ТАБЛИЦ**

Топ-10 авиа-карт

Крупнейшие авиаальянсы

Выгоды мультипартнерской программы лояльности

**СПИСОК ДИАГРАММ**

Объем операций по оплате товаров и услуг, совершенных платежными картами, млрд.руб.

Количество кобрендинговых проектов в России по отраслям в 2012 г.

Виды товаров и услуг, при оплате которых потребители пользуются дисконтными и бонусными картами, %

Использование бонусов, %

Рейтинг российских банков по числу кобрендинговых карт

## РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

Название: «Исследование рынка систем лояльности клиентов в РФ»

Актуальность исследования – 2013 г.

### Объект и предмет исследования

**Объект** – рынок систем лояльности клиентов в РФ

**Предмет** – такие характеристики рынка как факторы, динамика потребления, а также другие процессы на рынке

### Цели и задачи исследования

**Цель исследования:** проанализировать рынок систем лояльности клиентов в РФ

**Задачи исследования:**

- ✓ описание состояние рынка систем лояльности клиентов;
- ✓ описание наиболее интересные программы лояльности в различных секторах экономики России;
- ✓ анализ факторов, влияющих на рынок систем лояльности клиентов;
- ✓ характеристика основных конкурентов;
- ✓ определение тенденций на рынке;
- ✓ прогнозирование перспектив рынка;
- ✓ исследование лидеров рынка

## Методология исследования

В рамках исследования предполагается использовать следующие методы сбора информации:

- ✓ Анализ открытых источников информации – «кабинетное исследование» (печатные деловые и специализированные СМИ, электронные деловые и специализированные издания, рекламные и информационные материалы компаний – участников рынка, аналитические обзорные статьи в прессе, результаты ранее проведенных маркетинговых исследований в данной области, материалы отраслевых учреждений, данные надзорных и контролирующих органов государственной власти)
- ✓ Интервью под легендой с производителями и продавцами или же другие методы получения первичной информации

## Источники информации

- ✓ Отраслевая статистика
- ✓ Специализированные базы данных Компании «ГидМаркет»
- ✓ Рейтинги
- ✓ Информационные ресурсы участников рынка
- ✓ Отраслевые и специализированные информационные порталы
- ✓ Материалы сайтов исследуемой тематики (web-ресурсы производителей и поставщиков, электронные торговые площадки, доски объявлений, специализированные форумы, Интернет-магазины)
- ✓ Региональные и федеральные СМИ
- ✓ Порталы раскрытия информации (отчетность открытых акционерных обществ)
- ✓ Экспертные оценки
- ✓ Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств
- ✓ Опросы основных участников рынка