

СуперМаг Loya

Пользование данным продуктом, а также его опциональным дополнительным функционалом, требует наличия соответствующего вида лицензии! Лицензия выдается на определенный срок, ее параметры определяются максимальным предполагаемым количеством участников программы лояльности, а также наличием платного функционала, возможность пользования которым требуется включить.

LOYA представляет собой аналитический и прикладной инструмент для клиентов отрасли ритейл. Функционал программы разработан в соответствии с актуальными требованиями законодательства РФ и отвечает современным требованиям ритейл-рынка. Решение может работать как с кассовыми программами производства нашей компании, так и со сторонним ПО.

- [Руководство пользователя LOYA](#)
- [Руководство администратора LOYA](#)
- [Интеграционная документация LOYA](#)
- [История изменений по версиям LOYA](#)

Функциональные возможности

- **Сбор и хранение данных о покупателях.** С целью установить персонифицированный контакт с покупателем, система накапливает и обрабатывает социально-демографические сведения о нем, его персональные данные (номер телефона, email и пр.), а также его поведенческие данные и предпочтения, на основе которых формируются уместные для клиента персональные предложения.

- **Сегментация покупателей.** Разделение клиентского актива на группы по критериям давности, частоты покупок, среднего чека и другим, в том числе многосоставным критериям, с целью подбора для каждого сегмента наиболее выгодного ему предложения и направления каждой кампании на наиболее уместный сегмент.

- **Создание и управление маркетинговыми механиками любой сложности независимо от ИТ-отдела и всего в несколько кликов.** Мы гарантируем простоту, дружелюбие и понятность интерфейсов менеджмента механик любого уровня сложности.

А также:

- анализ поведения каждого покупателя с помощью современных математических алгоритмов;
- специальные инструменты для увеличения частоты покупок и среднего чека, снижения оттока и повышения cross-sell & up-sell;
- формирование по-настоящему подходящих персональных рассылок для покупателей (через mobile app, telegram, whatsapp, личный кабинет, чек, email и т.д.);
- анализ степени проникновения программы лояльности в целевую аудиторию по ключевым показателям эффективности;
- автоматизированный алгоритм разрешения коллизий групп кампаний;
- формирование целевой аудитории по откликам на кампании;
- анализ финансового результата, отчеты OLAP;
- дифференциация покупателей по поведенческим и социально-демографическим критериям, в том числе по алгоритмам RFM и LTV;
- данные аналитики для привлечения новых клиентов на базе интересов уже существующих;
- проверка товаров, участвующих в акции, по «черным» и «белым» спискам и поиск кампании по SKU участвующего в ней товара;
- реферальная программа и работа с разнообразными купонами;
- триггерные цепочки;

- сортировка клиентов по признаку отсутствия критерия (отрицательного критерия);
- отображение выручки по чекам с использованными купонами;
- роли пользователей для разграничения доступа к функционалу системы;
- индивидуальные накопительные счетчики для покупателей, в том числе, с поквартальным учетом;
- оповещение клиентов по SMS о сгорающих бонусах;
- сообщения в чек и кассиру о начислениях за текущую покупку;
- A/B-тесты в группах;
- масштабируемость решения и его настроек;
- кредитные бонусные счета;
- фишечные акции;
- функционал подарочных сертификатов.