Анализ CRM-маркетинга в сфере fashion: магазины одежды и обуви

www.outofcloud.ru

Out of Cloud

Содержание

1. Портрет покупателя одежды и обуви
2. Покупательское поведение
3. Что делать компаниям
4. Разбор игроков рынка

Нажмите, чтобы перейти

www.outofcloud.ru

Out of Cloud

Компании в Competitive Review

Бренды

TOPSHOP, ck Calvin Klein, LIMÉ, intimissimi, STREET BEAT, women'secret, rieker, CALZEDONIA, ecco, RALF RINGER, PANDORA, 12 storeez, O'STIN, VANS, CONVERSE, TOMMY HILFIGER, PUMA, Reebok, LACOSTE

Ретейлеры

ZARA, Bershka, H&M, OYSHO, LOVE REPUBLIC, P&B PULL&BEAR, Larina, NIKE, adidas, MANGO, UNIQLO

Маркетплейсы

WB, la, OZON, SHEIN

www.outofcloud.ru

Портрет покупателя в сегменте одежда и обувь

Портрет типичного покупателя в офлайн-магазинах

98% россиян

- Женщина
- 30-44 года
- Работает
- Материальное положение не ниже среднего

Портрет типичного покупателя в онлайн-магазинах

75% россиян

- Женщина
- 30-44 года
- Работает
- Материальное положение выше среднего

www.outofcloud.ru

Исследовательский центр компании «Делойт» в СНГ Москва, 2020 год

Предпочтения при выборе магазина

40%

преподчитают совершать покупки в торговых центрах

26%

нет препочтений к типу магазина, главное, чтобы он был территориально удобен

23%

предпочитают совершать покупки в мультибрендовых магазинах

www.outofcloud.ru

Исследовательский центр компании «Делойт» в СНГ Москва, 2020 год

Особенности приобретения одежды и обуви

34%

любители брендов
(чаще отдают предпочтение одному или двум брендам)

34%

россиян не обращают внимание на бренды

69%

россиян отдают предпочтение одежде и обуви из натуральной кожи и меха

79%

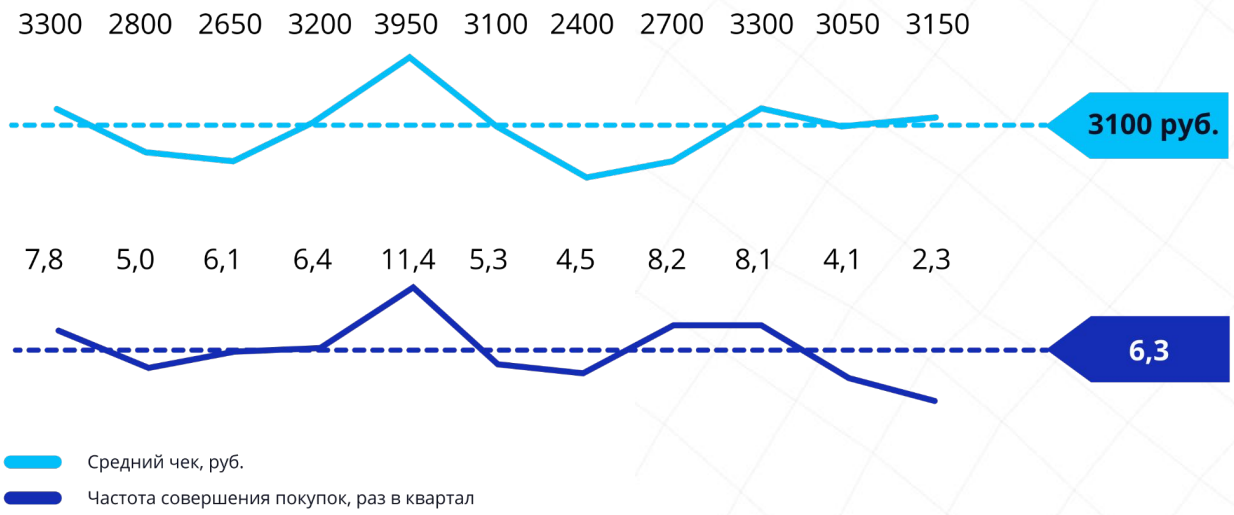
россиян с **высоким** уровнем дохода считают использование натуральной кожи и меха важным

Исследовательский центр компании «Делойт» в СНГ Москва, 2020 год

www.outofcloud.ru

Показатели потребительской активности

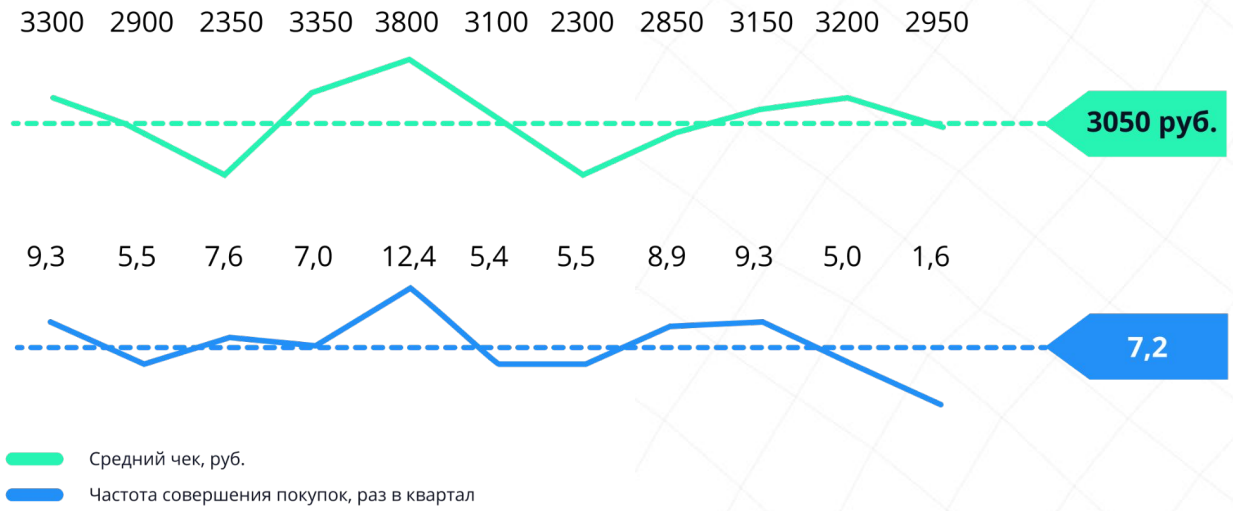
в офлайн-магазинах



www.outofcloud.ru

Показатели потребительской активности

в онлайн-магазинах



www.outofcloud.ru

Приверженность брендам

Исследовательский центр компании «Делойт» в СНГ Москва, 2020 год

www.outofcloud.ru

OUT OF CLOUD

Что делать компаниям

Ключевые драйверы покупки

Топ

- Цена
- Удобство покупки

Новые

- Доверие к бренду
- Личная безопасность

- Ассортимент товаров и услуг
- Срок доставки

Что отталкивает клиентов от взаимодействия с брендом?

OUT OF CLOUD

Каналы

До вспышки COVID-19 потребители предпочитали интернет-покупки со смартфонов и ПК. Пандемия усилила популярность этих каналов

	Мобильные технологии	ПК
	24%	**24%**
В мире:	30%	30%

	Планшеты	Умные помощники
	18%	**14%**
В мире:	20%	15%

После вспышки коронавируса популярность этих каналов выросла

Увеличили использование, %

Мобильные технологии	ПК	Планшеты	Умные помощники
39%	**35%**	**32%**	**11%**

Продолжат пользоваться каналом в будущем

% от новичков

85%	**84%**	**74%**	**40%**

Что делать компаниям

- **Сосредоточиться на продвижении товаров, которые отвечает потребностям аудитории** Сформировать минимальную корзину: товары и услуги в ней всегда должны быть в наличии и иметь первоочередное значение в цепочке поставок.

- **Пересмотреть действующую стратегию или программу лояльности.** Сосредоточиться на цифровых каналах для поддержания взаимовыгодных отношений с клиентами и уделить внимание тому, чтобы условия были простыми, понятными и несли выгоду для потребителя.

- **Обратить внимание на стратегию, связанную с доставкой (last mile).** Процент потребителей, которые совершают покупки онлайн растет и будет расти в ближайшее время.

Разбор игроков рынка

Wildberries

Программа лояльности

Есть накопительная скидка, которая зависит от процента выкупа и общей суммы.

Приложение

4,9 appstore / **4,3** google play

Регистрация по коду из СМС.
Нет дополнительной мотивации для заполнения полей.

Email, коммуникации

Регулярная email-рассылка: скидки, распродажи, акции, промокоды.
После подписки приходит DOI-коммуникация, есть триггерные рассылки на брошенные категории и товары.
Есть регулярная СМС-рассылка.

Лидогенерация

На главной странице нет формы подписки на рассылку. Для оформлении заказа просят указать ФИО, номер телефона и email.
По умолчанию при оформлении заказа стоит галочка на получение СМС-рассылки.

Интерактив

—

Интересное

—

OZON

Программа лояльности

В 2021-м Ozon запустил встроенный в маркетплейс онлайн-кошелёк «Ozon Счёт» — им можно оплачивать заказы на сайте, пользователям доступен кэшбек.
Ozon планирует выпустить новую «Ozon Карту», чтобы пользователи «Ozon Счёта» могли оплачивать покупки вне маркетплейса. Сроки выхода в компании не уточняют.

Приложение

4,9 appstore / **4,8** google play

Вход без регистрации. Приложение попросит зарегистрироваться только для оформления заказа.
Мотивации за заполнение информации о клиенте нет.

Email, коммуникации

Есть регулярная email-рассылка: скидки, распродажи, акции, промокоды.
Транзакционные письма: статус заказа, опросы по полученному заказу, электронные чеки, оповещение системы безопасности аккаунта.
Триггерные письма: подборки товаров к праздникам, информационные письма с советами, розыгрыши и скидки.
Push-коммуникации: регулярки и триггеры.
СМС-рассылка. Регулярность всех коммуникаций пользователь может настроить самостоятельно в личном кабинете.

Лидогенерация

На главной странице нет формы подписки на рассылку. Для оформлении заказа просят указать ФИО, номер телефона и email.

Интерактив

Проводят различные розыгрыши, а также, стримы на Ozon Live - полезные советы и лайфхаки, обзоры продуктов, рецепты, создание аксессуаров и многое другое.

Интересное

—

la

Программа лояльности

Регистрация в программе лояльности на сайте и через мобильное приложение. В зависимости от процента выкупа клиента интернет-магазин начисляет бонусы и увеличивает персональную скидку

Приложение

4,9 appstore / **4,3** google play

Вход без регистрации. Приложение попросит зарегистрироваться только для оформления заказа.
Мотивации за заполнение информации о клиенте нет.

Email, коммуникации

Есть регулярная email-рассылка: скидки, распродажи, акции, промокоды.
Триггеры: приветственные 10% за подписку, брошенная корзина, брошенный просмотр категории.
Push-коммуникации: регулярки и триггеры.
Регулярная СМС-рассылка.

Лидогенерация

На главной странице есть форма сбора контактов — за подписку на email-рассылку дарят 10% скидки на покупки. При оформлении заказа просят указать ФИО, номер телефона и email. По умолчанию стоит галочка на новостную рассылку.

Интерактив

Компания проводит конкурсы в Instagram. Например, «Опубликуй фото с образом, отметь lamoda, получи в подарок образ от стилиста». Или конкурс в формате реалити-шоу: 10 стилистов соревнуются за 1 млн руб. на создание новой коллекции.

Интересное

У Lamoda есть инструмент виртуальной примерки отдельных моделей обуви в приложении с помощью технологии дополненной реальности.

SHEIN

Программа лояльности

Включает в себя баллы за размещение заказа, вознаграждения, баллы за комментарии, награда за чек-ин, баллы за участие в розыгрышах и прочих небольших играх, награды за ответы в опросниках, баллы от службы поддержки и тд.
Каждые 100 баллов = 1 доллару. Пользователь может использовать баллы для вычета до 70% от общей суммы товаров при оформлении заказа.Исходя из категорий, баллы SHEIN имеют разные сроки годности. Срок годности колеблется от 7 дней до 3 месяцев, некоторые из них могут даже иметь более длительный срок годности.

Лидогенерация

На главной странице есть форма сбора контактов — за подписку на email-рассылку дарят 10% скидки на покупки. При оформлении заказа просят указать ФИО, номер телефона и email.

Приложение

4,4 appstore / **2,7** google play

Вход без регистрации. Приложение попросит зарегистрироваться только для оформления заказа.
Мотивация за первый заказ - скидка 10% по персонализированным кодам.

Интерактив

-

Email, коммуникации

Есть регулярная email-рассылка: скидки, распродажи, акции.
Триггеры: приветственные 10% за подписку, брошенная корзина, брошенный просмотр категории.
Push-коммуникации: регулярки и триггеры.

Интересное

Компания с упором на экологичность: строгая политика на использование меха животных, внедрена стимулирующая программа утилизации: обмен ненужной одежды на подарочные карты SHEIN. Пожертвованная одежда затем обновляется и передается различным благотворительным организациям.

Программа лояльности

Регистрация в личном кабинете на сайте.
За покупки товаров по полной цене участнику начисляют 7% бонусами от стоимости товара, если на товар скидка — 3,5%. Покупатели могут оплатить бонусами до 30% стоимости покупки.
Баллы не сгорают.
У программы есть сайт: в личном кабинете можно посмотреть бонусный счет, персональные предложения, историю покупок.

Приложение

3,9 appstore / **3,0** google play

В приложении пользователи смотрят каталог, оформляют заказы. Для просмотра разделов приложение не требует авторизации или регистрации.
Сайт не призывает посетителей скачать приложение.

Email, коммуникации

Регулярная email-рассылка: сезонные подборки товаров, анонс коллекций.
Триггерные рассылки: welcome-серия, брошенный просмотр товара или категории, изменения в статусах заказа или в аккаунте на сайте.

Лидогенерация

Оставить свои данные можно при создании личного кабинета, оформлении заказа на сайте, в приложении или на точках продаж.
На сайте есть форма подписки на рассылку.
Чат поддержки доступен только авторизированным пользователям.

Интерактив

—

Интересное

—

ZENDEN

Программа лояльности

Для каждого Участника Программы Лояльности заводится персональный Бонусный счет.За каждую покупку, кроме покупок, осуществленных путем заказа товара в мобильном приложении и интернет-магазине zenden.ru, начисляется 10% от ее суммы бонусами на карту лояльности клиента. Бонусы, начисленные за покупки, активны на следующий день после покупки и действительны 2 года с момента начисления. Бонусами «ZENDEN» можно оплатить часть очередной покупки из расчета 1 Бонус «ZENDEN» = 1рубль РФ.

Приложение

4,8 appstore / **4,7** google play

В приложении пользователи смотрят каталог, оформляют заказы. Для просмотра разделов приложение не требует авторизации или регистрации. Ввод персональных данных требуется при оформлении заказа.
Сайт предлагает посетителям скачать приложение.

Email, коммуникации

При подписке на новости от Zenden на сайте покупателю дарят скидку в размере 10%.
Регулярная email-рассылка: сезонные подборки товаров, анонс коллекций.
Триггерные рассылки: DOI, welcome-серия, брошенный просмотр товара или категории, скидки, распродажи, специальные скидочные промокоды.

Лидогенерация

Оставить свои данные можно при создании личного кабинета, оформлении заказа на сайте, в приложении.
На сайте есть форма подписки на рассылку.
Чат поддержки доступен всем пользователям.

Интерактив

Zenden предлагает своим пользователям делиться своими образами в Instagram* с хештегом #lovezenden - полученные фото размещаются на сайте.

Интересное

—

Larina

Программа лояльности

Регистрация в личном кабинете. У программы три уровня участия:
1) при покупке до 10 тыс пользователю начисляют 5% от стоимости покупки баллами;
2) до 30 тыс — 7% + секретные акции и ранний доступ к распродажам;
3) от 30 тыс — 10% + выгоды 2-го уровня + доступ к участию в мероприятиях бренда.
Оплатить бонусами клиент может до 30% покупки, бонусы не сгорают 6 месяцев.

Приложение

0,0 appstore / **0,0** google play

—

Email, коммуникации

Есть регулярная email-рассылка с акциями. Триггерная рассылка: welcome-серии, напоминание о брошенной корзине.

Лидогенерация

Пользователи оставляют данные в личном кабинете, при оформлении заказа на сайте и через форму подписки на рассылку с предложением «−10% на покупки».

Интерактив

—

Интересное

Бренд участвует в создании и разработке подкаст-канала «Все в силе» про успешных женщин.

LOVE REPUBLIC

Программа лояльности

Регистрация в личном кабинете на сайте.
За покупки товаров по полной цене магазин начисляет участнику 10% от стоимости товара бонусами, если на товар скидка — 5%.
Клиенты могут оплатить бонусами до 30% покупки. Бонусы сгорают через год.

Приложение

4,4 appstore / **4,4** google play

Для просмотра каталога приложение не требует от пользователя регистрации, только для оформления заказа.
В приложении пользователи добавляют товары в избранное, смотрят историю покупок, управляют подписками.

Email, коммуникации

Есть регулярная email-рассылка.
Триггерные коммуникации: welcome-серия, брошенный просмотр категории товаров и напоминание о неоформленном заказе.

Лидогенерация

Пользователь оставляет свои данные в личном кабинете, при оформлении заказа на сайте или в приложении.
На сайте есть форма подписки на рассылку.
Приложение анонсируется на главной странице сайта и в приветственном email.

Интерактив

В Instagram-аккаунте магазин проводит конкурсы: поставьте лайк, сделайте репост, отметьте подругу в комментариях.

Интересное

Участники программы лояльности могут сдать на переработку старую одежду и получить бонусы.

LIMÉ

Программа лояльности

—

Приложение

2,0 appstore / **-** google play

Регистрация с помощью email, номера телефона и ФИО.
Мотивации на заполнение дополнительных полей нет.

Email, коммуникации

Есть регулярная email-рассылка: скидки, подборки, новые товары.
Триггерные коммуникации — при подписке не приходит письмо-подтверждение DOI, есть welcome-цепочка.

Лидогенерация

Подписаться на новостную рассылку бренда можно внизу главной страницы сайта.
Перед оформлением заказа пользователя просят авторизоваться с помощью email и телефона или зарегистрироваться — заполнить данные для доставки.
После посещения сайта «догоняет» реклама в Instagram-сторис: «распродажа до −70%».

Интерактив

—

Интересное

—

12 storeez

Программа лояльности

Регистрация при создании аккаунта на сайте магазина. Одноуровневая программа участия: при покупке магазин возвращает на счет клиента 3% от стоимости товара баллами. Оплатить ими можно 50% следующей покупки. Бонусы не сгорают.
О программе сайт напоминает клиенту при оплате заказа, приложение — сразу после авторизации, продавцы — на кассе в офлайн-магазине.
Есть карта в приложении Wallet.

Приложение

4,8 appstore / **-** google play

В приложении пользователи добавляют товары в избранное, оформляют заказ, видят историю покупок, количество бонусов и управляют подписками.
Из приложения раз в 2 дня приходят push: новые коллекции, подборки товаров, анонсы мероприятий.
Есть триггерные пуши на незаконченные действия: оформление заказа, просмотр категории товаров.

Email, коммуникации

Есть регулярная email-рассылка: новинки недели, образ дня, распродажи, плейлисты, подборки образов для мероприятия, чек-листы.
Триггеры: DOI-письмо, welcome-серия, транзакционные, брошенный просмотр категории товаров, напоминание о забытой корзине с персональными подборками.

Лидогенерация

Пользователь оставляет данные при регистрации и при оформлении заказа.
На сайте есть pop-up с предложением подписаться на email-рассылку
и многостраничный pop-up по подбору одежды.

Интерактив

Интерактив только в Instagram-аккаунте: конкурсы, посты и истории на реакции пользователей.

Интересное

Участники программы лояльности могут сдать старую одежду и получить скидку до 40% на покупку вещей 12 storeez. Если вещь из новой коллекции — скидка до 30%.

O'STIN

Программа лояльности

Две программы: Ostin и Ostin Дисконт.
Регистрация на сайте, в приложении или на кассе в офлайн-магазине. За регистрацию магазин дарит промокод на скидку 15%.
За заполнение дополнительных полей — 300 бонусных баллов.

Накопительная система скидки в зависимости от потраченной суммы от 5 до 10%, cashback бонусами.

Приложение

4,7 appstore / **4,8** google play

Для входа не нужна регистрация, сама регистрации быстрая и удобная
Мотивация за заполнение полей — 300 бонусных баллов.

Email, коммуникации

Регулярная email-рассылка: предложения недели, персональные предложения, акции, скидки, доступ к закрытой коллекции.
После регистрации приходит DOI-письмо — подтверждение подписки.

Лидогенерация

Для оформления заказа пользователя просят указать имя, телефон и email.
Внизу главной страницы — форма подписки, на email-рассылку.
Реклама приложения в AppStore в разделе «онлайн-мода».

Интерактив

Магазин проводит конкурс отзывов: за отзывы с фото в приложении на бонусный счет начисляет 300 бонусов. За лучшие отзывы участники получают дополнительные 1000 бонусов.
Конкурс #OSTINLOOK: за публикацию фото с отметкой и тегом магазин дарит участникам бонусы.

Интересное

Участие в акции «Миллион призов»: промокоды за участие в онлайн-голосовании.
Регулярные акции направлены на повышение бонусов, скидки на покупки.

ECCO

Программа лояльности

Регистрация на сайте или в приложении.
Ecco начисляет бонусы клиентам за покупки.
Клиенты тратят бонусы на следующие покупки: оплачивают до 50% стоимости товара.

Приложение

3,3 appstore / **4,5** google play

Для входа в приложение не нужна регистрация, только при оформлении заказа. В приложении пользователи смотрят каталог, добавляют товары в избранное, оформляют покупку.
На сайте есть промокод на 1 заказ через приложение.

Email, коммуникации

Регулярная email-рассылка: новые коллекции, акции, распродажи, сезонные коллекции.

Лидогенерация

Внизу главной страницы сайта — форма с предложением подписаться на новостную рассылку. Поля для заполнения: имя и email.

Интерактив

Конкурсы с розыгрышами за отметку бренда в соцсетях. Активности в офлайн-магазинах: печать 3D-стелек, консультация ортопеда.

Интересное

Благотворительный проект Walkathon: за каждую регистрацию магазин перечисляет €5 на счет благотворительных фондов.
В социальных сетях есть фирменные маски для продвижения проекта.

intimissimi

Программа лояльности

Регистрация на сайте или в офлайн-магазине. За покупку магазин начисляет баллы, которые участник программы лояльности тратит на следующую покупку. Есть три статуса участия.

Приложение

На российском рынке приложения нет.

Email, коммуникации

Регулярная email-рассылка: сезонные скидки, новые коллекции, подбор образа.

Лидогенерация

Внизу страницы есть окно подписки на новостную рассылку. Указать нужно только email.
При заказе пользователь заполняет следующие данные: ФИО, телефон и email.

Интерактив

—

Интересное

—

CALZEDONIA

Программа лояльности

Регистрация на сайте или в офлайн-магазине. За покупку магазин начисляет баллы, которые участник программы лояльности тратит на следующую покупку. Есть три статуса участия.

Приложение

На российском рынке приложения нет.

Email, коммуникации

Есть регулярная email-рассылка. При подписке магазин просит клиентов поставить галочку на получение информации на основании личных предпочтений.

Лидогенерация

Внизу страницы есть окно подписки на новостную рассылку. Указать нужно ФИО, телефон и email.

Интерактив

—

Интересное

—

TEZENIS
underwear

Программа лояльности

—

Приложение

3,0 appstore / **-** google play

На российском рынке приложения в Google Play нет.

Email, коммуникации

Есть регулярная email-рассылка. При подписке магазин просит клиентов поставить галочку на получение информации на основании личных предпочтений и подтвердить подписку на рассылки, согласно политики конфиденциальности. Пользователю, подписавшемуся на рассылку, дарят скидку в размере 10% на первый заказ.

Лидогенерация

Внизу страницы есть окно подписки на новостную рассылку. Указать нужно email, страну и пол.

Интерактив

—

Интересное

В Tezenis заботятся об окружающей среде, поэтому во всех процессах придерживаются концепции разумного потребления:ответственный подход к выбору сырья и материалов, вторичная переработка производственных отходов, упаковка из переработанной бумаги, высадка >2 млн. деревьев для компенсации всех выбросов углекислого газа

STREET BEAT

Программа лояльности

Оформить бонусную карту можно на сайте или в офлайн-магазине. 3–7% возвращается на баланс карты в виде бонусов, ими оплачивают до 30% стоимости покупки.
Во время оформления заказа происходит обязательная регистрация на сайте и в программе.

Приложение

3,3 appstore / **3,4** google play

Чтобы войти в приложение, не нужна регистрация, — только для оформления заказа.

Email, коммуникации

Есть регулярная рассылка. Реклама новых распродаж и предложений, сезонных коллекций, адаптация под жару.

Лидогенерация

Внизу страницы есть окно подписки на новостную рассылку с полем email.

Интерактив

Регулярные розыгрыши обуви за покупки, творческие фото и видео, репосты в соцсетях.

Интересное

На YouTube-канале магазин проводит talk-шоу с известными людьми, анонсирует розыгрыши под видео. Записывает на канале подкасты.

Программа лояльности

Скидка 5% за регистрацию на сайте.

Приложение

На российском рынке приложения нет.

Email, коммуникации

—

Лидогенерация

Нет информации по подписке, но внизу страницы предлагает подписаться на соцсети (VK, «Одноклассники», Instagram, YouTube). При переходе с основной страницы сайта всплывает pop-up с предложением подписаться на email-рассылку. При оформлении заказа вводятся ФИО, телефон и email. Информации по подписке на новостную рассылку нет на момент оформления.

Интерактив

У магазина есть аккаунты в соцсетях на разные города России: ответы на вопросы, отзывы. Но нет единой политики ведения соцсетей.

Интересное

—

Программа лояльности

Регистрация в бонусной программе на сайте и приложении. До 10% бонусов за покупки, до 100% оплаты за бонусы, бонусы на день рождения, персональные акции и предложения, возврат покупок 365 дней, бонусы за покупки не сгорают.
Во время оформления заказа необходимо указать все основные контактные данные и получить код на телефон.

Приложение

На российском рынке приложения нет.

Email, коммуникации

Есть регулярная email-рассылка: распродажи, новые коллекции, акции, ликвидация различных коллекций.
За подписку участник программы получает 500 приветственных бонусов.

Лидогенерация

Внизу страницы есть окно подписки на новостную рассылку. Пользователь указывает пол и email.
Всплывающий pop-up незаметный, сливается с сайтом, скидка 10% за подписку.

Интерактив

Магазин проводит конкурсы в соцсетях: публикация фото в одежде бренда с тегом. 1000 баллов за участие и 5000 баллов за победу.

Интересное

—

Ушедшие игроки рынка

ZARA

Программа лояльности

Для участия в программе Zara на своем сайте предлагает пользователю оформить Affinity card — дебетовую карту с cashback 5% и бесплатной доставкой для Zara, Pull&Bear, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho, Zara Home, Uterqüe.

Приложение

4,1 appstore / **3,5** google play

Регистрация через email, ФИО и номер телефона. Мотивации на заполнение дополнительных полей нет.
Из приложения приходят push-уведомления с анонсами новых коллекций.

Email, коммуникации

После регистрации пользователю приходит DOI — просьба подтвердить подписку на рассылку.
Регулярная email-рассылка: письма состоят из 2–3 фото, кнопки *view* и кнопки *download our app*.

Лидогенерация

На главной странице сайта — предложение подписаться на новостную рассылку.
Пользователь указывает email и выбирает раздел: женское, мужское, детское, beauty.
Оформить заказ можно, только указав email, номер телефона, ФИО и адрес.

Интерактив

—

Интересное

Магазин принимает старую одежду на переработку, за это не дает клиентам вознаграждение.

UNIQLO

Программа лояльности

Для участников на ряд товаров действуют специальные предложения. Для активации скидки пользователю нужно открыть приложение и показать кассиру в магазине индивидуальный штрихкод.
Новому участнику магазин дарит welcome-купон на 300 руб., который действует на следующую офлайн-покупку на сумму от 2000 рублей.

Приложение

1,9 appstore / **3,2** google play

Приложение зависает, интерфейс неудобный.
Удобная регистрация с помощью email, ФИО, даты рождения и номера телефона.
Мотивации на заполнение дополнительных полей нет.
Из приложения приходят push-уведомления 2 раза в неделю.

Email, коммуникации

Есть регулярная email-рассылка, которая приходит каждый день или через день: топы товаров, скидки, подборки образов.
После подписки не приходит письмо-подтверждение DOI.

Лидогенерация

Есть SEO-продвижение.
На первой странице сайта — форма подписки на новостную рассылку. Поля для заполнения: имя, email, номер телефона, область, дата рождения, пол.
Оформить заказ можно, заполнив форму с номером телефона, ФИО и адресом.
После посещения сайта появилась реклама в Instagram.

Интерактив

Регулярные международные конкурсы по дизайну футболок по мотивам художественных произведений.
В русскоязычном Instagram-аккаунте проводят конкурсы с публикацией постов и историй с отметкой магазина.

Интересное

Сбор одежды на переработку без материального вознаграждения для клиентов.

TOMMY HILFIGER

Программа лояльности

Клубная программа: участие обеспечивает 10% скидку на первый заказ, скидку ко дню рождения и нематериальные выгоды: события, ранние доступы к распродажам, эксклюзивные товары и подарки от партнеров.
Бренд — часть программы от BNS Group, где есть 3 уровня участия. В зависимости от уровня и накопленной стоимости всех покупок в магазинах-участниках меняется скидка от 5 до 15%.

Приложение

На российском рынке приложения нет.

Email, коммуникации

Регулярная email-рассылка: скидки, акции, новые коллекции, анонс активностей, ранние доступы, анонсы от партнеров.
Есть триггерные коммуникации: welcome-серия (без DOI), скидки ко дню рождения, брошенный просмотр категории и товаров, напоминание о забытой корзине.

Лидогенерация

Всплывающий pop-up предлагает подписаться на рассылку и получить скидку 10% на следующую покупку.
Пользователь оставляет свои данные при регистрации на сайте или в клубе Hilfiger.

Интерактив

—

Интересное

Ежегодный международный конкурс для стартапов в fashion-индустрии с социально ориентированной миссией Frontier Challenge. Общий приз — 215 тыс. евро.

Программа лояльности

Регистрация в программе на сайте или через приложение.
Виртуальная карта: скидка 10% на первую покупку новым участникам, ранний доступ к распродажам, спецпредложения и скидки.

Приложение

4,8 appstore / **4,8** google play

Для входа в приложение не нужна регистрация, сама регистрация удобная: через email.
Есть мотивация за заполнение дополнительных полей — больше приветственных баллов.
Из приложения приходят регулярные push-коммуникации и триггеры: напоминания о брошенном просмотре категории, сбор обратной связи о покупательском опыте.

Email, коммуникации

Есть регулярная email-рассылка HM Fashion News: сезонные скидки и предложения, акции.
Есть триггеры: welcome-серия, транзакционные рассылки, сбор обратной связи после покупки.

Лидогенерация

В разделе «Новостная рассылка» можно оставить email, пол и почтовый индекс.
Внизу главной страницы сайта предлагают стать участником программы лояльности.

Интерактив

В группе магазина во «ВКонтакте» каждый месяц проводятся конкурсы для участников программы лояльности: тематические розыгрыши лонгбордов, билетов на концерт, тематических гороскопов.
Через конкурс в соцсети выбирают амбассадоров детской коллекции в России.

Интересное

Магазин принимает старые вещи на переработку и дарит 10%-ю скидку на покупку одной вещи.

Bershka

Программа лояльности

Для участия в программе Bershka нужно оформить Affinity card — дебетовую карту с cashback 5% и бесплатной доставкой для Zara, Pull & Bear, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho, Zara Home, Uterqüe.

Приложение

4,5 appstore / **4,3** google play

Регистрация с помощью email, ФИО, адреса и номера телефона. Мотивации на заполнение полей нет.

Email, коммуникации

Регулярная email-рассылка: эксклюзивные предложения, оповещения о том, что товар снова в наличии.

Лидогенерация

Внизу главных страниц «мужское», «женское» есть форма подписки на рассылку. В категориях товара ее нет. Подписчиков просят указать email, дату рождения и пол.
В первом email-сообщении предлагают подарок, он только ко дню рождения.

Интерактив

Проект в соцсетях #bershkastyle: публикация образов в одежде бренда. Магазин выбирает лучший образ и публикует его на сайте.

Интересное

Сбор старой одежды на переработку без материального вознаграждения для клиентов.

MANGO

Программа лояльности

Бонусная программа Mango Likes You: за каждые 10 руб., потраченных на покупку, пользователю начисляют 10 лайков (1 лайк = 0,05 руб.). Лайки не сгорают 1 год, ими оплачивают до 50% стоимости покупки.
Есть карта VIP-Mango со скидкой 10%, которую можно оформить в офлайн-магазине при покупке от 20 тыс. руб. Карта действует 1 год.

Приложение

4,9 appstore / **4,5** google play

Для входа в приложение не нужна регистрация, — только для оформления заказа.
Мотивации за заполнение дополнительных полей нет.
От приложения раз в 2 дня приходят push о новых товарах, скидках и событиях.

Email, коммуникации

Регулярная email-рассылка: сезонные скидки, новые коллекции, подборка товаров, подбор образа.
После подписки на рассылку не приходит письмо-подтверждение DOI. после вступления в программу лояльности приходит триггер со скидкой 10% на следующую покупку.

Лидогенерация

Форма подписки на рассылку внизу главной страницы сайта.
Оформляя заказ, необходимо зарегистрироваться либо указать email и подписаться на новостную рассылку.

Интерактив

В программе Mango Likes You можно получить бонусы за отметку геолокации в офлайн-магазине через приложение.

Интересное

За бонусы можно купить подписку на LitRes, Ivi, Яндекс.Плюс, Daily Yoga, участвовать в благотворительных программах с «Подари жизнь», ВОЗ, Save the children и Plant for the Planet. За 1200 бонусов можно сдать в магазин старую одежду.

Calvin Klein

Программа лояльности

Программы лояльности в России нет.
Calvin Klein — часть программы от BNS Group, где есть 3 уровня участия. В зависимости от уровня и накопленной стоимости всех покупок в магазинах-участниках меняется скидка от 5 до 15%.
У Calvin Klein гибкая система промокодов со скидкой на следующие покупки, подписка открывает ранний доступ к акциям и новым коллекциям.

Приложение

На российском рынке приложения нет.

Email, коммуникации

Регулярная email-рассылка для всех брендов Calvin Klein: CK jeans, Underwear. Письма о новых коллекциях брендов, подборках и акциях.
Есть триггерные рассылки: welcome-серии, брошенная корзина.

Лидогенерация

Пользователь оставляет личные данные при регистрации и покупке.
На сайте есть pop-up с подпиской на рассылку и промокодом 10% на первую покупку.

Интерактив

—

Интересное

—

Программа лояльности

Вход при регистрации на сайте или через приложение.
Четыре уровня участия. Чем выше уровень, тем больше бенефитов: доступ к лимитированным коллекциям, накопительная система скидки до 20%, участие в специальных мероприятиях, специальные акции и персональные предложения.
Разбор программы лояльности от Out of Cloud

Приложение

4,9 appstore / **4,6** google play

В приложение можно войти без регистрации, сама же регистрация быстрая, можно зайти по Apple ID или авторизоваться через соцсети.

Email, коммуникации

Есть регулярная рассылка: специальные коллекции, сезонные коллекции, скидки, новости о коллаборации, истории.
При подписке не приходит письмо-подтверждение DOI, есть welcome-цепочка.

Лидогенерация

Внизу каждой страницы сайта можно подписаться на рассылку и получить скидку 10% на заказ. Поля для заполнения: email и пол. Оформить заказ можно только после заполнения всех основных данных.

Интерактив

В Instagram и и «ВКонтакте» магазин регулярно проводит конкурсы на публикацию фото с отметкой профиля бренда.
Adidas сотрудничает с блогерами, устраивает совместные розыгрыши.

Интересное

В рамках бонусной программы можно получить баллы за километры бега и тренировки.
Есть отдельные фитнес-приложения для трекинга.

Программа лояльности

Регистрация при входе на сайт или в мобильное приложение. Клубная программа: бесплатный возврат, ранний доступ к новым моделям, специальные предложения и промоакции, доступ к тренировкам в приложениях Nike, NikeRunClub, NikeTrainingClub и SNKRS.

Приложение

4,7 appstore / **4,6** google play

Регистрация через email: ФИО, дата рождения и указание страны проживания.
Есть мотивация на заполнение дополнительных полей. Приложение спрашивает пользователя, каким видом спорта он занимается, какой размер обуви носит, хочет ли получать уведомления о новинках и получать приглашения на мероприятия, можно ли использовать доступ к его местонахождению.

Email, коммуникации

Есть триггерные и регулярные email-рассылки: акции, состояние бонусного счета, информация о работе компании.

Лидогенерация

Внизу главной страницы есть pop-up с предложением подписаться на рассылку: оставить компании email, дату рождения, пол.

Интерактив

Участники Nike Club могут создать свою версию кроссовок в онлайн-конструкторе Nike By You.

Интересное

Nike предлагает участнику клуба участие в челленджах — соревнования с другими участниками, помогает составить план тренировок и драйвит на достижение спортивных результатов.

PUMA

Программа лояльности

Пользователь станет участником бонусной программы, если совершит покупку от 7000 рублей и оформит виртуальную карту в офлайн-магазине.
Puma начисляет пользователю на карту 5% от суммы покупки, 1 бонус = 1 рубль. Размер бонусов растет во время спецпредложений. Оплатить покупку бонусами можно почти на 100% (до 1 руб.) На сайте программа не продвигается, но при офлайн-покупках о ней упоминают продавцы.

Приложение

—

Email, коммуникации

Регулярная email-рассылка: оповещения о скидках и распродажах/

Лидогенерация

Внизу главной страницы — форма подписки на новостную рассылку. За подписку пользователь получает скидку 10% на заказ. Есть всплывающий pop-up с предложением получить скидку.
Оформить заказ можно, только указав email, номер телефон, ФИО и адрес.

Интерактив

Конкурсы в соцсетях: отметка бренда в соцсетях, релиз лучшего трека электронной музыки.

Интересное

—

Reebok

Программа лояльности

Регистрация на сайте во время оформления покупки. Скидка 10% на первую покупку, скидка 15% на день рождения, ранний доступ к новинкам, доступ к эксклюзивным предложениям и наградам.

Приложение

—

Email, коммуникации

Регулярная email-рассылка: новые предложения и коллекции, акции и выгодные предложения, скидки и распродажи.
После подписки не приходит письмо-подтверждение, есть welcome-письмо/

Лидогенерация

В подвале сайта — форма подписки на рассылку. При нажатии на кнопку, открывается pop-up. Пользователь оставляет свой email, указывает пол и получает скидку на заказ 10%.
Оформить заказ можно только после заполнения всех полей.

Интерактив

Конкурсы проходят на сайте и в соцсетях. Например, механика на Unlocked Week: пользователи искали на сайте эмодзи и собирали их, а затем получали призы.
Магазин проводит вебинары с приглашенными гостями, открывает доступы к эксклюзивным коллекциям и подборкам.

Интересное

Есть отдельная четырехуровневая программа лояльности для тренеров. Участники получают скидку до 25% и спецпредложения на сезонные коллекции, могут участвовать в партнерских мероприятиях и мероприятиях для развития карьеры.

VANS

Программа лояльности

—

Приложение

—

Email, коммуникации

Регулярная рассылка: распродажи, скидки, новинки, тренды и мероприятия, связанные с музыкой и скейтбордингом.

Лидогенерация

На главной странице сайта вверху есть выделенный визуально некликабельный призыв на подписку. При переходе появляется форма в виде pop-up, которая предлагает оставить имя, email, пол и получить скидку 10% на следующий заказ.
При заказе нужно заполнить следующие данные: email, номер телефона, ФИО и адрес.

Интерактив

Тематические конкурсы для начинающих музыкантов, скейтбордистов.
Нерегулярные конкурсы в соцсетях с отметкой бренда.

Интересное

Есть проект Vans Music Hub: музыканты записывают треки.
Для широкой аудитории — онлайн- и офлайн-мероприятия: концерты, вебинары, воркшопы.

CONVERSE

Программа лояльности

—

Приложение

—

Email, коммуникации

Есть регулярная рассылка: новые коллекции, подборки, аксессуары.
Есть триггерная welcome-серия (без DOI), приходят транзакционные рассылки/

Лидогенерация

На главной странице сайта внизу есть форма подписки на новостную рассылку.
Пользователь оставляет только email.
Оформить заказ можно, указав email, номер телефона, ФИО и адрес.
После посещения сайта появляется реклама в сторис в Instagram.

Интерактив

Магазин редко проводит конкурсы: создание принта для кроссовок и их производство, запись треков для начинающих музыкантов.

Интересное

Магазин развивает локальное комьюнити Converse All Stars в России.
Проводит воркшопы и встречи, публикует обучающий контент в соцсетях и делится интересными историями участников сообщества.

P&B
PULL&BEAR

Программа лояльности

Для участия в программе Pull & Bear предлагает пользователю оформить Affinity card — дебетовую карту с cashback 5% и бесплатной доставкой для Pull&Bear, Zara, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho, Zara Home, Uterqüe.

Приложение

4,9 appstore / **4,3** google play

Долгая регистрация с помощью email, ФИО, адреса, номера телефона, указания пола. Мотивации на заполнение дополнительных полей нет.

Email, коммуникации

Есть регулярная email-рассылка. Письма приходят каждые два дня: распродажи, скидки, новинки, тренды.
После подписки не приходит письмо-подтверждение DOI, есть welcome-серия.

Лидогенерация

На главной странице сайта есть форма подписки на новостную рассылку. Поля для заполнения: email и пол.
Заказ можно оформить, только указав email, номер телефона, ФИО и адрес.

Интерактив

—

Интересное

Сбор одежды на переработку без материального вознаграждения для клиентов.
На сайте можно увеличить шрифт, повысить контрастность, подсветить строки.

women'secret

Программа лояльности

—

Приложение

На российском рынке приложения нет.

Email, коммуникации

Регулярная email-рассылка: сезонные скидки, новые коллекции, подборки белья или купальников.
За подписку магазин дарит скидку 10%.

Лидогенерация

Внизу страницы есть окно подписки на новостную рассылку. Указать нужно только email.
При заказе пользователь оставляет следующие данные: ФИО, телефон и email. В этот момент ставит или убирает галочку — согласие на получение рекламной рассылки.

Интерактив

Магазин регулярно проводит конкурсы в Instagram на отметки и репосты. Сохраняет фото клиентов с отметками в актуальных историях.

Интересное

Социальный проект Idocare: пожертвования с каждой покупки вещей из специальной серии.

Программа лояльности

Программа OneASICS:
- Участники программы получают летние предложения заранее,
- Бесплатная доставка на все заказы,
- Ежегодная награда на ДР,
- Спец.предложения для участников программы,
- Доступ к эксклюзивным событиям,
- Возможность испытать товар в течение 90 дней - в случае, если товар не подходит, клиенту вернут деньги за покупку,
- Бесплатный 90-дневный доступ к Runkeeper Go.

Приложение

На российском рынке приложения нет.

Email, коммуникации

Есть возможность подписаться на e-mail - рассылки:
информация об эксклюзивных услугах для участников, событиях и продуктах.

Лидогенерация

Внизу страницы есть окно подписки на новостную рассылку. Пользователь указывает email и даты рождения.

Интерактив

—

Интересное

—

LACOSTE

Программа лояльности

Четыре уровня участия в зависимости от накопленной стоимости всех покупок. Уровень влияет на % бонуса (от 5 до 15), нематериальные выгоды от бренда и уровень бонуса ко дню рождения.
При подписке бренд дарит приветственный бонус 10%.

Приложение

—

Email, коммуникации

Регулярная email-рассылка: новые коллекции, новости, акции, скидки.
Триггерные рассылки: welcome-серия (без DOI), поздравление с днем рождения, начисления баллов на счет, напоминание о забытой корзине.

Лидогенерация

Внизу главной страницы — форма подписки на новостную рассылку. За подписку пользователь получает скидку 10% на следующий заказ.
Свои данные он оставляет при регистрация в личном кабинете, в программе лояльности и при заказе.
Всплывающий pop-up предлагает скидку 10% за подписку на новостную рассылку.

Интерактив

Пятиуровневая программа Lacoste Ambassador дает скидку от 5 до 25%.
Уровень зависит от количества бонусов. Они начисляются за активность друзей: их вход на сайт и заказы, заполнение персональных данных, отзывы, отметки «нравится» и репосты в Instagram, VK, Facebook.

Интересное

—

OYSHO

Программа лояльности

Для участия пользователь оформляет Affinity Card, дебетовую карту, которая даёт 5% cashback во всех магазинах Inditex Group, 2% на любые другие покупки и 15% скидки у партнеров программы.
С главной сайта можно попасть на страницу с описанием преимуществ оформления карты.

Приложение

4,9 appstore / **3,9** google play

В приложение можно войти без регистрации. Регистрация нужна на моменте оформления заказа.
Мотивации за заполнение полей нет.

Email, коммуникации

Регулярная email-рассылка: сезонные скидки, новые коллекции, тематические рассылки, подборки образов.

Лидогенерация

Внизу страницы есть окно подписки на новостную рассылку. Указать нужно только email.
Плохо работает сайт, невозможно оформить заказ.

Интерактив

Раздел на сайте с видеотренировками. Магазин анонсирует удаленные спортивные мероприятия. Контент в видео и анонсы не русифицированы.

Интересное

Магазин собирает вещи на переработку без вознаграждения для клиентов.
На сайте можно увеличить шрифт, повысить контрастность, подсветить строки.

PANDORA

Программа лояльности

Регистрация на сайте, в офлайн-магазине или с помощью бота в Viber или Telegram.
5 уровней участия: чем выше уровень, тем выше выше процент начисления бонусов от покупки и скидка на следующую покупку.

Приложение

Нет приложения для России.

Email, коммуникации

Регулярные email-рассылки приходят редко.
Тематика — специальные предложения, купоны на скидку.

Лидогенерация

Внизу страницы есть форма подписки на email-рассылку.
При оформлении заказа магазин просит пользователя оставить личные данные: ФИО, телефон и email.

Интерактив

Нет.

Интересное

Нет.

Cartier

Программа лояльности

—

Приложение

2,0 appstore / **-** google play

—

Email, коммуникации

Есть регулярная email-рассылка: скидки, подборки, новые товары.
Триггерные коммуникации — при подписке приходит письмо-подтверждение DOI.

Лидогенерация

Подписаться на новостную рассылку бренда можно внизу главной страницы сайта.
Перед оформлением заказа пользователя просят указать форму обращения, имя, фамилию и email.

Интерактив

—

Интересное

—

TIFFANY & CO.

Программа лояльности

Cartier Care - участники могут продлить Международную гарантию Cartier до 8 лет, а также получить целый ряд преимуществ и эксклюзивных услуг для сохранения вашего изделия в идеальном состоянии и увеличения его срока службы.
В рамках программы Cartier Care вам будет предоставляется информация об изделии клиента, клиентов приглашают в бутик для проведения бесплатной технической диагностики.

Приложение

1,8 appstore / **- 3,0** google play

Регистрация с помощью email и номера телефона.

Email, коммуникации

Есть регулярная email-рассылка: скидки, подборки, новые товары.
Триггерные коммуникации — при подписке приходит письмо-подтверждение DOI.

Лидогенерация

Подписаться на новостную рассылку бренда можно внизу главной страницы сайта.
Перед оформлением заказа пользователя просят авторизоваться с помощью email и телефона или зарегистрироваться.

Интерактив

—

Интересное

—

swatch

Программа лояльности

—

Приложение

—

Email, коммуникации

Есть регулярная email-рассылка: скидки, новые коллекции, эксклюзивные совместные работы.
Триггерные коммуникации — при подписке приходит welcome-письмо, конкурсы, проводимые компанией.

Лидогенерация

Подписаться на новостную рассылку бренда можно внизу главной страницы сайта.
Перед оформлением заказа пользователя просят авторизоваться с помощью email, формы обращения и ФИО. Пользователь может выбрать вариант рассылки Swatch или Flik Flak.
Пользователь должен поставить галочку по согласию с политикой конфиденциальности для завершения подписки.

Интерактив

—

Интересное

Swatch Club :
Для членов Swatch Club открыт доступ к эксклюзивным преимуществам, особым наградам и уникальным мероприятиям,возможность знакомиться с художниками, спортсменами и другими знаменитостям, посещать невероятные локальные мероприятия, получать эксклюзивные новости и узнавать первыми обо всех историях, узнавать об ограниченных выпусках часов из первых рук.

ROLEX

Программа лояльности

—

Приложение

—

Email, коммуникации

—

Лидогенерация

—

Интерактив

—

Интересное

Вот уже почти столетие Rolex сотрудничает с разнообразными и выдающимися талантами из множества дисциплин, включая исследования, элитный спорт и искусство, а также события и организации, с которыми они связаны.