

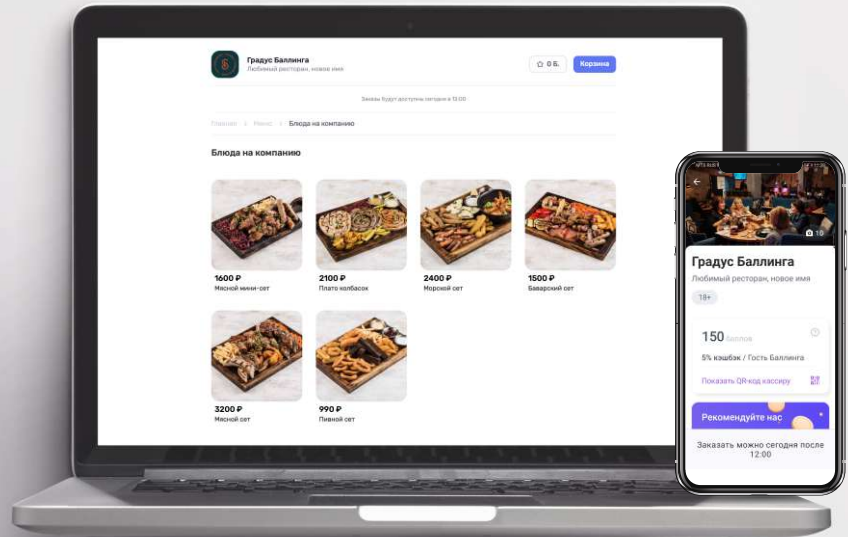
«UDS нам предложила бывшая сотрудница. Девушка работала у нас официантом и рассказала о программе. Мы очень благодарны ей за это.»

Специалист по внедрению:
Сабир Хайретдинов

Собственник:
Кутченко Александр

Дата запуска UDS:
01.04.2019

Дата информации:
01.01.2021



О КОМПАНИИ

 gradus-ballinga.ru

 [balling_rest](https://www.instagram.com/balling_rest)



ГРАДУС БАЛЛИНГА – пивной ресторан в самом центре города и 15-летней историей. Ранее известный как «Пивница Чертовка».

Современная европейская кухня, фирменная рулька, 10 сортов разливного пива и 20 бутылочного от ТОПОВЫХ пивоварен Европы – визитные карточки заведения.

Для бизнесменов и офисных работников по будням доступны бизнес-ланчи.



vfyn3195

Каждые пятницу и субботу концерты известных краснодарских музыкантов.

Работает доставка через популярные агрегаторы еды.



НАСТРОЙКИ ПРОГРАММЫ

ДО ВНЕДРЕНИЯ UDS

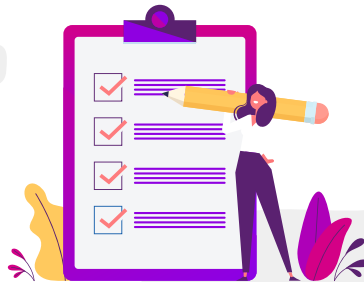
1. Пластиковые дисконтные карты
2. Прямые скидки
3. Отсутствие регулярного контроля качества сервиса

ЗАДАЧИ

1. Снизить издержки по скидкам
2. Сформировать клиентскую базу
3. Быть на связи с каждым гостем и информировать о событиях
4. Получить новых клиентов

РЕАЛИЗАЦИЯ

1. Welcome 150 | Cashback от 5% до 10%
 2. «Наше спасибо» = 11% (на 1-м уровне 6% + на 2-м 3% + на 3-м 2%)
+ за первый заказ по рекомендации 150
 3. Списание от суммы чека до 30%
 4. Срок действия бонусов - 3 месяца
 5. с момента последнего визита
 6. Баллы в день рождения 1000 или 20% скидка на банкет
- Списание бонусов доступно в будние дни после 17:00 в сб и вс с 12:00 до 24:00.



РЕЗУЛЬТАТ С АПРЕЛЯ 2019 ПО ЯНВАРЬ 2021

1. Оцифровано **6288 клиентов**, пока не используют бонусную программу **504 человек** (**8%** базы в режиме «прогрева»).
2. Постоянных гостей (**более 10 оплат**) – **246 человек (4% от базы)**.
Выручка гостей от **10** до **44** чеков – **13%** от оборота (**192 человека**).
3. Более **10%** объема продаж – покупки VIP-гостями. Ядро клиентской базы – **57 человек**, совершившие от **44** до **250** визитов за период сотрудничества (**1%** от всех купивших).
4. Количество операций в программе (чеков через UDS) – **17 180**.
5. Фактическая скидка за весь период **2%**. Суммарные значения в настройках около **22%**.
Прямая скидка была бы **в 4-5 раз выше**.
6. Клиенты потратили **21%** из накопленных бонусов. **79%** бонусов копят и ещё не стали скидкой клиентов.
7. Выручка по рекомендациям **360.000 р.**
8. Глубина рекомендаций – **6 поколений**. На 4-м уровне есть продажи. Общее количество новых клиентов по рекомендациям – **182**. Из них **33** стали новыми клиентами (конверсия в покупку **18%**).
9. Трафик из приложения UDS – **360 человек**. Из них стали клиентами – **100**. Выручка от новых гостей заведения – **984.700 р.**
10. Собрано **1324** оценки качества обслуживания и отзывов.

СЭКОНОМЛЕНО:

- на выпуске карт – **62 880 р.** (что полностью окупает приобретение лицензии UDS).
- на тайном покупателе **66.000р.**
- на прямых скидках **2 532 600 р.** + на смс рассылках **1 006 080 р.**
- на разработке мобильного приложения – **360 000 р.**

ДОП ПРИБЫЛЬ:

трафик платформы UDS + рекомендации – **1 344 700 р.**

ИТОГОВЫЙ ПРОФИТ
КОМПАНИИ СОСТАВИЛ

5.372.260 Р
ЗА 20 МЕСЯЦЕВ

РАЗВИТИЕ

ДЕЙСТВИЯ ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТА

1. Меню используется в качестве электронной витрины блюд
2. Доставка доступна через агрегаторы Яндекс.Еда, Бронбой, Деливери, Антей-Сервис
3. Персонал обучен, знает скрипты и активно регистрирует гостей
4. Локальное брендрование о наличии программы лояльности
5. Все чеки без исключения проходят через систему для получения точной аналитики
6. Покупки гостей без приложения регистрируются по номеру телефона
7. Предусмотрена мотивация официантов 2% от чеков в UDS
8. Выполнена интеграция с системой учета Tilipad

ПЛАНЫ ПО ДАЛЬНЕЙШЕМУ РАЗВИТИЮ

1. Развивать текущую клиентскую базу и "качать" реферальную систему для получения новых клиентов по рекомендациям
2. Организовать кросс-партнерство с другими компаниями города или блогерами для получения потока новых гостей и увеличения добавочной ценности своих предложений
3. Информировать о возможностях программы лояльности подписчиков в социальных сетях и на сайте ресторана

