

УДК 64.033,658.8,659.441.1

Т. В. Емельянова (emeltv@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент
Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ SMS-РАССЫЛКИ В СИСТЕМЕ ИНФОРМИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

В статье рассматриваются инструменты, применяемые розничными торговыми сетями Республики Беларусь для информирования потребителей о программах лояльности, отличительные особенности SMS-рассылки по сравнению с другими инструментами информирования потребителей.

This article describes, tools applied by retail networks of Republic of Belarus to notify consumers about loyalty programs; features of SMS delivery compare to other channels of consumer's notification.

Ключевые слова: розничная торговля; программы лояльности потребителей; стимулирование продаж; информирование потребителей; SMS-рассылка; интернет-рассылка.

Key words: retail; loyalty programs; sales promotion; consumer's notification; SMS-notification; web-notification.

В розничной торговле работа с постоянными покупателями в рамках программ лояльности потребителей с использованием информационно-коммуникационных технологий осуществляется с помощью различных средств: размещения информации на сайтах, создания сообществ в социальных сетях, SMS-рассылки, интернет-рассылки, создания торговыми сетями специальных мобильных приложений, применения для современных мобильных устройств на базе Android, iOS рассылки push-уведомлений (push-notifications).

В данной статье рассматриваются особенности применения SMS-рассылки в розничной торговле. SMS-рассылка выступает средством информирования постоянных покупателей о проводимых акциях по снижению цен.

Отличительной особенностью SMS-рассылки является более короткий текст сообщения. В интернет-рассылках объем информации может быть более подробным, однако потенциальный покупатель прочитает эту информацию, только открыв свою электронную почту. В отличие от интернет-рассылок при использовании SMS-рассылки информация доходит до покупателя сразу, поскольку в современном обществе трудно представить человека, у которого бы не было с собой мобильного устройства.

В разных торговых сетях частота применяемых SMS-рассылок различна. Информация о SMS-рассылках торговой сети магазинов «ГИППО» в 2017 г. представлена в таблице 1. Акции направлены на увеличение частоты посещения магазинов, увеличение средней суммы чека и ускорение продажи акционного товара. Почти в каждом сообщении сети «ГИППО» имеется ссылка на сайт торговой сети, которая ведет на страницу «Акции и скидки».

Таблица 1 – Применение SMS-рассылки торговой сетью гипермаркетов «ГИППО» Республики Беларусь в феврале – июле 2017 г.

Дата SMS-рассылки	Текст SMS-рассылки	Комментарий
16.02.2017	16–17 февраля акция – два по цене одного и гиперскидки в ГИППО. http://gippo.by	Направлена на увеличение частоты посещения торгового объекта и средней стоимости чека
08.03.2017	Любви, удачи, солнца и весны! С 8 Марта! Ваш ГИППО!	Направлена на формирование положительного имиджа торговой сети и увеличение посещения торгового объекта
16.03.2017	Акция – два по цене одного и гиперскидки 16–17 марта в ГИППО. http://gippo.by	Направлена на увеличение частоты посещения торгового объекта и средней стоимости чека
07.04.2017	По 19.04 сок гранатовый «Очень!» 1 л со скидкой 33% по карте Асоба. http://gippo.by	Направлена на ускорение продажи товара с собственной торговой маркой
20.04.2017	Только 20 и 21 апреля акция – два по цене одного в ГИППО. http://gippo.by	Направлена на увеличение частоты посещения торгового объекта и средней стоимости чека
27.04.2017	27 и 28 апреля триммер EGO GT 805 L со скидкой 42%. Подробно на http://gippo.by	Направлена на ускорение продажи акционного товара

Окончание таблицы 1

Дата SMS-рассылки	Текст SMS-рассылки	Комментарий
04.05.2017	По 17.05 блинчики «С пылу с жару» с клубникой или курицей, для жарки, 420 г – скидка 41% по карте Асоба. http://gippo.by	Направлена на увеличение частоты посещения торгового объекта постоянными покупателями
15.05.2017	По 21.05 скидка 20% на колготки, носки и одежду для взрослых, кроме акционных	Направлена на распродажу определенной группы товаров
18.05.2017	По 31.05 королевские кровати в панцире VICI с пряностями со скидкой 20% по карте Асоба. http://gippo.by	Направлена на увеличение частоты посещения торгового объекта постоянными покупателями и ускорение оборачиваемости акционного товара
22.05.2017	По 31.05 купи на 15 р. и получи скидку 5% в ОМА. Все условия акции на http://gippo.by	Направлена на увеличение частоты посещения торгового объекта. Совместная программа лояльности с сетью «ОМА»
25.05.2017	С 25 по 27 мая более 80 товаров в СУПЕР-АКЦИИ два по цене одного в ГИППО!	Направлена на увеличение частоты посещения торгового объекта, средней стоимости чека
29.05.2017	По 04.06 в ГИППО Гомеля и Могилева – скидка 20% на мясные консервы, морепродукты мороженые, крупы, детскую одежду, леггинсы, колготки и носки (кроме акции). http://gippo.by	Направлена на увеличение частоты посещения торгового объекта и ускорение оборачиваемости определенных групп товаров
29.05.2017	По 04.06 при покупке двух косметических товаров – скидка 20% (кроме акции)	Направлена на ускорение оборачиваемости определенной группы товаров (косметики)
01.06.2017	По 14.06 крупа гречневая 1-го сорта, ядрица, 700 г – 37% скидка по карте Асоба	Направлена на ускорение оборачиваемости определенной группы товаров (крупы гречневой) и частоты посещения торгового объекта постоянными покупателями
03.06.2017	По 14.06 накопи на 30 р. и получи в подарок набор «Очень!». http://gippo.by	Направлена на увеличение частоты посещения торгового объекта, ускорение оборачиваемости товаров собственной торговой марки
05.06.2017	По 11.06 в Гомеле и Могилеве скидки 20% – на рыбу мороженую, 25% – на товары для отдыха и спорта (кроме акции). http://gippo.by	Направлена на ускорение оборачиваемости определенных групп товаров в гипермаркетах Гомеля и Могилева
05.06.2017	По 14.06 купи на 15 р. и получи скидку 15% в салоне матрасов «Sonit»	Направлена на увеличение частоты посещения торгового объекта, плюс совместная программа лояльности
15.06.2017	15.06 и 16.06 скидка 30% на 3 000 товаров, одежду и декоративную косметику	Направлена на ускорение оборачиваемости определенных групп товаров и увеличение средней стоимости чека
28.06.2017	При покупках в ГИППО 29–30 июня срок рассрочки по карте Халва 2 месяца	Направлена на увеличение частоты посещения торгового объекта, плюс совместная программа лояльности
29.06.2017	29.06 и 30.06 макароны Riscopossa 500 г по цене 1,29 р. – со скидкой 48%	Направлена на ускорение оборачиваемости определенной группы товаров
10.07.2017	Только 10 и 11 июля более 80 товаров в акции два по цене одного в ГИППО	Направлена на увеличение частоты посещения торгового объекта и средней стоимости чека
17.07.2017	По 26.07 полендвица Домашняя Люкс (г. Брест) со скидкой 26% по карте Асоба	Направлена на ускорение оборачиваемости определенной группы товаров
18.07.2017	Участуй в рекламной игре с розыгрышем 150 портфелей школьника. http://gippo.by	Направлена на увеличение частоты посещения торгового объекта и информирование о рекламной игре
27.07.2017	27.07 и 28.07 тушка цыпленка бройлера, охлажденная, 1 кг по цене 2,99 р.	Направлена на увеличение частоты посещения торгового объекта
Примечание – Источник : собственная разработка автора.		

Пользуются популярностью у покупателей и способствуют увеличению средней суммы чека акции «два по цене одного». Впервые такая акция была проведена в ГИППО в феврале 2017 г. накануне 23 февраля, затем повторялась 16–17 марта, 20–21 апреля, 25–27 мая, 10–11 июля.

Акционный товар в гипермаркете формируется в отдельной зоне по ходу движения покупателей с тележками, выделен специальными ценниками и полочными указателями. Важно, что

при проведении подобных акций SMS-рассылка производится в день проведения акции или поздно вечером накануне.

Торговой сетью гипермаркетов «ГИППО» в последнее время стала использоваться также SMS-рассылка по совместным программам лояльности. Примером является SMS-рассылка от 22.05.2017 г. (сеть «ОМА»), 28.06.2017 г. (скидка по карте «Халва»), 05.06.2017 г. (салон матрасов «Sonit»). Условием получения скидок в магазинах-партнерах выступает покупка на определенную сумму в гипермаркетах «ГИППО».

Наблюдается увеличение частоты SMS-рассылок (в феврале – 1, марте – 2, апреле – 3, мае – 7, июне – 7). Стали чаще осуществляться информационные рассылки о скидках на отдельные товары или товарные группы, направленные на ускорение оборачиваемости акционных товаров по совместным акциям с производителями, продвижение товаров собственной торговой марки «Очень!», ускорение оборачиваемости товаров, сбыт которых замедлился. Недостатком является наличие гиперссылок на сайт не во всех сообщениях. Гиперссылки ведут на страницу «Программа лояльности Асоба», а не на страницу конкретной акции.

Особенности SMS-рассылки, проведенной в анализируемый период некоторыми магазинами по торговле одеждой, представлены в таблице 2. Информация об SMS-рассылках магазинов «BOOND-STREET», «Mothercare», «Hunkemoller», «Next» размещена в хронологическом порядке в связи с использованием этими магазинами совместной программы лояльности, что, на наш взгляд, является важным преимуществом и позволяет оптимизировать бюджет на осуществление SMS-рассылок. Кроме того, за анализируемый период проводилась SMS-рассылка об акциях в рамках совместной программы лояльности с магазином «21vek.by» (15.02.2017 г.).

Таблица 2 – Применение SMS-рассылки магазинами «BOOND-STREET», «Mothercare», «Hunkemoller», «Next» в январе – июле 2017 г.

Наименование торговой сети	Дата SMS-рассылки	Текст SMS-рассылки	Комментарий
Mothercare	06.01.2017	Дарим 40% на вторую вещь в Mothercare и Next! https://goo.gl/ixPv00	Направлена на увеличение количества покупок и средней стоимости чека
Mothercare	13.01.2017	Минус 50% на вторую вещь в Mothercare и Next! https://goo.gl/0rRbYh	Направлена на увеличение количества покупок
Mothercare	20.01.2017	Только 7 дней и только для держателей карт BOOND-STREET скидки 30% в Mothercare и Next. https://goo.gl/0ZABwh	Направлена на увеличение частоты посещения и средней стоимости чека
Mothercare	03.02.2017	Скидки ЕЩЕ БОЛЬШЕ до 70% в Mothercare и Next. https://goo.gl/TCXMWJ	Направлена на ускорение оборачиваемости и распродажу сезонных товаров
Mothercare	10.02.2017	Финальные скидки в Mothercare, Next и Hunkemoller! Поторопитесь! Ниже уже не будет! https://goo.gl/VaFt9G	Направлена на ускорение оборачиваемости и распродажу сезонных товаров
BOOND-STREET	13.02.2017	Спешите дарить любовь! Дарим 14% бонусных баллов на карту BOOND-STREET в Mothercare, Next, Hunkemoller! https://goo.gl/vyTyfJ	Направлена на увеличение объемов продаж накануне Дня святого Валентина
BOOND-STREET	15.02.2017	Спешим к Вам с новыми сюрпризами: 15.02 и 15.03 по промокоду BOOND-STREET скидка 15% на ряд товаров в 21vek.by https://goo.gl/DyR1g0	Направлена на ускорение оборачиваемости акционных товаров. Совместная программа лояльности с магазином 21vek.by
Next	17.02.2017	Весенние коллекции уже в магазинах «Next», «Mothercare» и «Hunkemoller»! Встречаем весну ярко! Подробности – на сайте https://goo.gl/7zDlxp	Достаточно раннее предпраздничное начало продажи весенней коллекции
Next	03.03.2017	Чем больше покупаете, тем меньше платите! Специальное предложение на две и более вещей в Mothercare, Next. Условия – на сайте https://goo.gl/JhTr85	Направлена на увеличение средней стоимости чека и количества покупок
Hunkemoller	06.03.2017	Весенние сюрпризы в Next, Hunkemoller и Mothercare: 6.03.–9.03. двойные бонусы за покупки для милых дам и юных леди! https://goo.gl/4RgiQY	Возрастание частоты рассылок перед праздником. Направлена на увеличение средней стоимости чека и посещение магазинов в праздничные дни

Окончание таблицы 2

Наименование торговой сети	Дата SMS-рассылки	Текст SMS-рассылки	Комментарий
Mothercare	10.03.2017	Как желанно наступление весны! А вместе с ней и обновление весенних коллекций в Mothercare, Next, Hunkemoller! https://goo.gl/vWWrmM	Информационная рассылка, направлена на стимулирование частоты посещения магазинов
Mothercare	17.03.2017	Специальное предложение на весеннюю коллекцию при покупке двух и более вещей. Одеваться с Mothercare выгодно! https://goo.gl/Hw9oM5	Направлена на увеличение количества покупок и средней стоимости чека
Next	31.03.2017	Плюс 50% в вашу пользу: весенняя распродажа в магазинах «Next», «Mothercare» и «Hunkemoller». https://goo.gl/3xjkCV	Направлена на увеличение средней стоимости чека, ускорение оборачиваемости и распродажу сезонных товаров
Mothercare	07.04.2017	Весна набирает обороты, а мы радуем Вас горячими скидками! До 70% в Mothercare, Next и Hunkemoller! https://goo.gl/h00ls8	Направлена на ускорение оборачиваемости и распродажу сезонных товаров
BOOND-STREET	14.04.2017	Модные тренды летнего сезона в новых коллекциях магазинов «Next», «Hunkemoller» и «Mothercare»! Подробности на сайте https://goo.gl/7IT12h	Достаточно раннее начало продажи летней коллекции
BOOND-STREET	19.05.2017	В Mothercare, Next, Hunkemoller Вас ждет обновление летних коллекций и до 30 р. в подарок на следующие покупки. https://goo.gl/6obSVR	Направлена на увеличение частоты посещения магазинов за счет дополнительных бонусов
Mothercare	31.05.2017	В День защиты детей дарим малышам радость, а родителям – двойные бонусы за покупки 1 июня в Mothercare и Next! https://goo.gl/ORQr6b	Направлена на посещение магазинов в праздничный день
BOOND-STREET	31.05.2017	В День защиты детей дарим малышам радость, а родителям – двойные бонусы за покупки 1 июня в Mothercare и Next! https://goo.gl/ORQr6b	Направлена на посещение магазинов в праздничный день (1 июня)
Mothercare	09.06.2017	С 05.06 по 01.08 участвуйте в нашей рекламной игре «Вкус лета с Mothercare»! Подробнее на сайте https://goo.gl/jglZL6	Направлена на увеличение частоты посещения магазинов в летний период, обеспечение вовлеченности покупателей
BOOND-STREET	16.06.2017	Двойные бонусы за покупки ко Дню отца в Next и Mothercare! Ждем Вас с 16 по 19 июня! Подробности на сайте https://goo.gl/WR87rE	Направлена на увеличение частоты посещения магазинов
Mothercare	22.06.2017	Улыбнитесь лету! Яркие акции и скидки ждут Вас! https://goo.gl/G2Z6Ce	Информационная рассылка о летних акциях и скидках
Mothercare	14.07.2017	Специальное предложение для держателей бонусных карт: скидка 30% на детскую одежду и многое другое! https://goo.gl/8gnppu	Направлена на увеличение частоты посещения магазинов в летний период
Hunkemoller	14.07.2017	Сезонная распродажа в Hunkemoller! Роскошное белье и купальники со скидкой до 50%! Подробности на сайте https://goo.gl/BLQNda	Направлена на распродажу сезонных товаров
BOOND-STREET	21.07.2017	Сезон распродаж объявляем открытым! Скидки до 50% в Next и Mothercare! Обновляйте свой гардероб выгодно! https://goo.gl/bNDAug	Направлена на ускорение оборачиваемости и распродажу сезонных товаров

Примечание – Источник : собственная разработка автора.

Изучение SMS-рассылки, проводимой указанными выше магазинами, свидетельствует о системной работе по стимулированию продаж. Все акции имеют свою классификацию, отслеживаются, гиперссылки оформляются не на общем сайте сети, а на конкретной странице с информацией об акции, что удобно потенциальному покупателю. Частота SMS-рассылки возрастает перед началом сезона и в предпраздничные дни.

Магазины по торговле одеждой и обувью, в том числе детской, осуществляют реализацию сезонных товаров и подвержены влиянию моды.

Соответственно особенностями тех акций, которые проводят данные магазины, является их направленность на распродажу сезонных товаров, увеличение частоты посещений магазинов в предпраздничные дни, поскольку часто покупка брендовой одежды относится к разряду эмоциональных покупок, а в предпраздничные и праздничные дни покупатель склонен тратить больше.

Поскольку магазинами «Mothercare» осуществляется торговля детскими товарами, то при проведении краткосрочных акций был задействован такой официальный праздник, как День защиты детей, а также практически неизвестный в Республике Беларусь праздник – День отца.

По таким краткосрочным акциям информация о двойных бонусах рассылалась накануне, что схоже с подходом сети «ГИППО» при SMS-рассылке накануне акций «два по цене одного».

За покупку в праздничные дни начисляются двойные бонусы, которые можно использовать при оплате 100% будущих покупок. Это стимулирует как посещение магазина в праздничный день, так и последующее посещение. Срок действия бонусов не ограничен, а процент скидки в соответствии с условиями бонусной программы возрастает с увеличением суммы накоплений на карте.

Анализ применяемых средств стимулирования продаж магазинами, осуществляющими торговлю обувью, на основе изучения частоты и содержания SMS-рассылки показал, что торговой сетью магазинов «Kari», «KariCids» осуществляются регулярные SMS-рассылки, в среднем – два раза в месяц, в марте – 5 раз, что связано с ассортиментом реализуемой обуви, сумок и других товаров преимущественно для женщин. Цель проводимых акций – стимулирование продажи сезонных товаров, частоты посещений торговых объектов сети, средней суммы чека. В данной торговой сети применяется бонусная программа, суть которой заключается в начислении бонусов за каждый рубль покупки товаров и возможности оплаты бонусами до 30% стоимости покупки (срок действия бонусов ограничен). Соответственно осуществляются также целевые SMS-сообщения о приближающемся сроке истечения действия бонусов на покупку. Обычно такие сообщения посылаются за одну неделю до указанной даты.

Обращает на себя внимание, что в предпраздничные дни магазинами «Kari», «KariCids» практикуются акции по выдаче дополнительных бонусов. По ним устанавливается более короткий срок действия, что предполагает дополнительное посещение торгового объекта.

В 2017 г. SMS-рассылку стали активно использовать и сети магазинов по торговле обувью «Belwest», «Мегатоп». К ее недостаткам можно отнести отсутствие гиперссылок на сайт и предлагаемые акции, где можно было бы более подробно изучить информацию о проводимой акции, ассортименте товаров. Однако в последние месяцы заметно совершенствование использования этими магазинами такого инструмента информирования покупателей, как SMS-рассылка. Например, проведенные SMS-рассылки сетью «Мегатоп» от 28.04.2017 г., 08.06.2017 г., 23.06.2017 г. свидетельствуют о попытке изучить эффективность SMS-рассылки через анализ полученных увеличенных скидок.

Были проанализированы также подходы к осуществлению SMS-рассылки для стимулирования продаж в сети магазинов «ОМА». Интересной была акция «Удваиваем вашу скидку по дисконтной карте 21–23 апреля!» Ее особенностью явилось информирование постоянных покупателей путем SMS-рассылки накануне вечером (20 апреля 2017 г.), чтобы не демотивировать их к покупке в дни до проведения акции.

Перспективным инструментом, который по мере увеличения пользователей с современными мобильными устройствами может выступить альтернативой SMS-рассылки, являются push-уведомления. Push – это технология распространения информации от сервера клиенту. В последнее время этот термин чаще используется в отношении уведомлений на мобильных устройствах. Сервис «Viber» для push-уведомлений начали использовать магазины «BOOND-STREET», «Mothercare», «Hunkemoller», «Next», «Kari», «Мегатоп», «ОМА».