



5 метрик для оценки эффективности программы лояльности

1 Вовлеченность покупателей

$$\text{Вовлеченность клиентов} = \frac{\text{Количество участников программы}}{\text{Общее число покупателей}}$$

Оптимальное значение: выше 60%.

2 Использование баллов

$$\text{Использование баллов} = \frac{\text{Использованные баллы}}{\text{Начисленные баллы}}$$

Оптимальное значение: выше 40%.

3 Ценность клиента

$$\text{LTV} = \text{Средний чек} \times \text{Количество покупок в год} \times \text{Ожидаемое время взаимодействия}$$

Оптимальное значение: в 3-4 раза больше расходов на привлечение клиента.

4 Отток клиентов

$$\text{Отток клиентов} = 100\% - \left(\frac{\text{Количество клиентов в конце периода}}{\text{Количество клиентов в начале периода}} \times 100\% \right)$$

Оптимальное значение: ниже 10%.

5 Индекс лояльности

$$\text{Индекс лояльности} = \% \text{ промоутеров} - \% \text{ критиков}$$

Оптимальное значение: выше 30%.

