Сегменты:

1. Отправляют ночью

2. Постоянные клиенты

3. Отправляют далеко

4. Отправляют тяжелые посылки

5. Скрытые юридические лица

Критерии отборы сегментов:

1. Локация отправлений

(местоположение точки доставки/отправления, выделяем дальность пересылки – по РФ, между субъектами РФ). Охват потребителей в зависимости от их местонахождения.

1. Объем оборота на одного клиента

(количество полученных/отправленных посылок, или количество отправлений). Степень пользования –  бывшие, потенциальные, новички и постоянные клиенты. Регулярность применения – редко, умеренно и часто. Лояльность пользователей: приверженные, случайные, не предрасположенные (могут перейти к конкурентам) и те, кто не являются покупателями (с позитивным или негативным отношением).

1. Объем одного отправления

(вес посылки, ее размеры, параметры собираем с каждого отправления, высчитываем среднее значение за год и за всю историю)

1. Денежный сегмент

(сколько тратит клиент на отправление, каким типом платежа пользуется чаще всего, кто сам клиент и откуда он получает деньги на оплату (т.е. это персональные расходы или же продажи магазина))

1. Социальный статус

(выделяем юр. и физ. лица, также тут определяем кто только получает посылки, кто только отправляет, если только получает, то откуда, если только отправляет, то куда)

Частые отправители – скрытые юр лица

И физ. лица.

(ип магазов и тд – быть не может)

Рассмотреть ночное время отправки, как отдельный сегмент, почему люди отправляют ночью и какие для них нужны плюшки.

На получателей не обращать внимания, характеризуем только отправителей.

Работаем только на территории РФ. За рубеж не уходим.

1. Скрытые юридические лица.

Определяем данную категорию по большому количеству отправлений.

* Можем предложить дополнительные опции, продукты Почты России – т.е. опись вложения, объявленная ценность, наложенный платеж, смс-уведомление.
* Систему накопления. Давать определенные бонусы за частые отправления.
* Предоставить со скидкой услуги партнеров Почты России.
* Скидки на оптовую отправку
* Таргитированные предложения, нацеленные на деятельность клиента.

1. Клиенты отправляют ночью.

Определяем по времени отправки посылки.

* Предложить такси до ближайшего круглосуточного отделения Почты России, или курьера. (со скидкой)
* Сделать темную тему сайта и мобильного приложения (ночную тему).
* Подобрать рекламу круглосуточных заведений, рекомендовать услуги партнеров Почты России, которые работают круглосуточно со скидкой.
* Таргетированные предложение – в основном – круглосуточные службы, заведения и прочее.

1. Постоянные клиенты

* Создать программу лояльность в которую будут включены скидки, спец.предложения, система накопления бонусов, услуги партнеров Почты России
* Персонализированный личный кабинет с рекомендациями по предпочтениям и типам отправки.
* Персонализированные рекламные предложения по предпочтениям

1. Клиенты, отправляющие далеко

* Скидки на пересылку на дальние расстояния
* Смс-уведомления о статусе посылки
* Опись вложения
* Персонализированные таргетированные предложения, в основном – доставка, курьеры

1. Клиенты, отправляющие тяжелые посылки

* Помощь в упаковке посылки
* Скидки на специальные упаковки и материалы
* Скидки на дополнительные услуги
* Скидки и помощь в подборе курьера. Доставка посылки до квартиры. Предложения такси.
* Таргетированные предложение – партнерские магазины Почты России, в основном магазины крупногабаритной техники.