




Особенности лояльности в интернете

КАРАСЕВ ЯРОСЛАВ

USER EXPERIENCE 2009



Что такое маркетинг лояльности и лояльность в интернете

В ЭТОМ РАЗДЕЛЕ Я ПОЗНАКОМЛЮ ВАС С ТЕРМИНАМИ, ОПИШУ
ПРЕИМУЩЕСТВА ЛОЯЛЬНОСТИ И РАССКАЖУ, ДЛЯ КОГО МОЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ
БУДЕТ ПОЛЕЗНОЙ

Основные тезисы презентации

- Лояльность нужно измерять и отслеживать динамику показателей лояльности
- Анализ показателей лояльности – это новый и более продвинутый уровень анализа данных, позволяющих сделать более правильные выводы об успешности работающего проекта, о рисках связанных с новым проектом
- Анализ лояльности позволяет быть более конкурентным, привлекая чужих клиентов и не теряя при этом своих

Кому будет полезна презентация?

- Системным аналитикам (позволит поднять анализ на новый уровень, дать более правильные рекомендации лицам, принимающим решения)
- Специалистам по медиа-продвижению (позволит более точно прогнозировать эффективность размещения рекламы на других сайтах, оценивая их с точки зрения показателей лояльности, а не показателей посещаемости)
- Стартаперам (позволит достигнуть понимания всех деталей монетизации и более детализировано обосновывать свой бизнес-план перед инвестором)
- Инвесторам (позволит оценивать риски вложения в проекты)

Что такое лояльность?

- Специалисты по продвижению сайтов (продуктов, сервисов) приводят новых посетителей (потребителей)
- Специалисты по лояльности занимаются удержанием посетителей и клиентов на сайте.

Термин «Маркетинг лояльности» пришел к нам из США и означает подход к маркетингу, в котором компания фокусируется на увеличении и удержании существующих клиентов через различную маркетинговую активность.

Первой программой лояльности считается купонная программа Бетти Крокера, который в 1929 году обменивал набранные купоны на различные предметы домашнего обихода. Чуть позже в 1937 году он создал популярный каталог вознаграждений, через который его клиенты могли выбирать призы в обмен на свои накопленные баллы. Программа закрылась лишь в 2006 году.

Но особую популярность программы лояльности приобрели в 1981 году, после того как American Airlines реализовала свою программу лояльности – «поощрение часто летающих пассажиров». С тех пор путешественники по всему миру копят «мили» и обменивают их на бесплатные перелёты.

Программы лояльности широко используются в различных индустриях и с некоторого момента они начинают свое завоевание интернета.

Маркетинг лояльности (сравнение)

Продвижение проектов	Воспитание лояльности
Упор на привлечение новых клиентов	Упор на удержание важных клиентов
Краткосрочные ориентиры	Долгосрочные ориентиры
Заинтересованность в заключении контракта	Заинтересованность в многократных продажах и укреплении отношений
Классическая сегментация и таргетинг (демографическая, географическая)	Сегментация по прибыльности групп клиентов и показателям внимания
Исследования посетителей сайтов используются для стимулирования сбыта	Перманентные исследования нужд покупателей в динамике
Успех означает продажу товара или услуги, рост охвата аудитории	Успех означает лояльность клиентов и готовность дать рекомендацию
Ограниченное внимание к обслуживанию пользователей	Большое внимание к обслуживанию пользователей и директ-маркетингу

ФАКТЫ О ЛОЯЛЬНОСТИ:

- Затраты на привлечение пользователя в среднем в 5 раз больше, чем на его удержание
- Большая часть компаний Fortune 500 теряет 50% клиентов каждые 5 лет
- Большая часть клиентов окупаются только после полугода работы с ними. Если клиент ушел раньше, то сайт (компания) понесли убытки
- Увеличение процента удержания клиентов на 1% дает рост прибыли не менее чем на 3%

Из книги «Роман с покупателем» (Пол Темпорал, Мартин Тротт)

- 68% уходит из-за отсутствия к ним персонального внимания
- 14% уходит из-за неумения реагировать на жалобы
- 9% уходит из-за предложения лучшей цены
- 5% просто переманивается конкурентами
- 4% перестают нуждаться в продукте или сервисах

Выгоды лояльности:

Очевидные выгоды:

- Удерживать посетителей сайта дешевле, чем привлекать новых
- Лояльные посетители ходят чаще, тратят больше
- У лояльных посетителей более длинный жизненный цикл и уровень удовлетворенности сайтом

Неочевидные выгоды:

- Лояльные клиенты более рентабельны
- Лояльные клиенты притягивают окружающих
- Лояльные клиенты скорее пожалуются, чем будут терпеть
- Лояльные клиенты – Ваши приверженцы

Что делает пользователя сайта лояльным?

1. Дизайн? – влияет на привлечение пользователей
2. Стоимость пользования сервисом? – влияет на конверсию пользователей
3. Уникальный контент? – влияет на привлечение пользователей
4. Полезность сервисов? – влияет на удержание пользователей (!!!)
5. Удобство интерфейсов? – влияет на привлечение и пути конверсии
6. Сообщество? – влияет на удержание пользователей (!!!)

Наилучших показателей лояльности добьются те сайты, которые точнее других определяют потребности аудитории в настоящий момент, и смогут первыми создать сервисы, которые удовлетворяют эти потребности. Удовлетворенность посетителя сайта быстрее всего ведет к его лояльности.

Если развивать эту мысль глубже, то основное, чем стоит озаботиться сайтам, которые занимаются маркетингом лояльности – это полезность сервисов (как сайт помогает пользователю достигать его целей) и поиск качественной аудитории (люди, среди которых пользователь хочет стать лидером мнений)



Методы измерения лояльности на различных типах сайтов

В ЭТОМ РАЗДЕЛЕ МЫ РАССМОТРИМ САЙТЫ, КОТОРЫЕ МОНЕТИЗИРУЮТСЯ ОДНИМ ИЗ ДВУХ СПОСОБОВ: ЛИБО ЭТО МОНЕТИЗАЦИЯ ЧЕРЕЗ РЕКЛАМУ НА САЙТЕ ЛИБО ЭТО МОНЕТИЗАЦИЯ ЧЕРЕЗ ВЗИМАНИЕ ПЛАТЫ С ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

Монетизация сайта через рекламу

Монетизация происходит через:

1. Баннерную рекламу
2. Контекстную рекламу
3. Партнерские ссылки
4. Предоплаченный контент

Показатели динамики лояльности:

1. Новые пользователи и вернувшиеся (Google Analytics)
2. Количество повторных посещений сайта (GA)
3. Время, прошедшее с последнего посещения (GA)
4. Время проведенное на сайте (GA, Alexa)
5. Глубина просмотра страниц на 1 пользователя в среднем (GA, Alexa)
6. Внимание к сайту (Compete PRO или расчетная величина)

Лояльный посетитель на сайте – это такой посетитель, который несколько раз за отчетный период посетил сайт, просмотрел больше страниц, чем в среднем, провел больше времени на сайте, чем в среднем.

Методика расчета показателей лояльности

Предпосылки:

1. При выборе площадки для размещения рекламы рекламодатель смотрит на охват (уникальных посетителей) и количество просмотров страниц. На основе этой статистики и стоимости рекламы делается расчет стоимости перехода. При медиа-планировании решение принимается на основе этих расчетов.
2. Данная выше методика не позволяет оценить, приведем ли мы на сайт случайного пользователя, который тут же уйдет, заинтересованного пользователя или может даже лояльного. А значит методику надо менять.

Новая методика:

1. Находим Reach по Alexa.com и переводим его в абсолютное значение
2. Умножаем число пользователей на Bouncerate (показатель отказов) и на % посетителей из интересующей вас страны.
3. Число реальных уникальных посетителей умножаем на среднее время, проведенное на сайте и получаем чистый показатель «внимания к сайту»
4. Число реальных уникальных пользователей умножаем на среднюю глубину просмотра страниц и получаем чистый показатель «просмотра страниц на сайте».
5. Полученный показатель просмотра умножаем на CTR баннеров и перемножив со стоимостью показов, получаем стоимость переходов.

Монетизация сайта через пользователей

Монетизация происходит через:

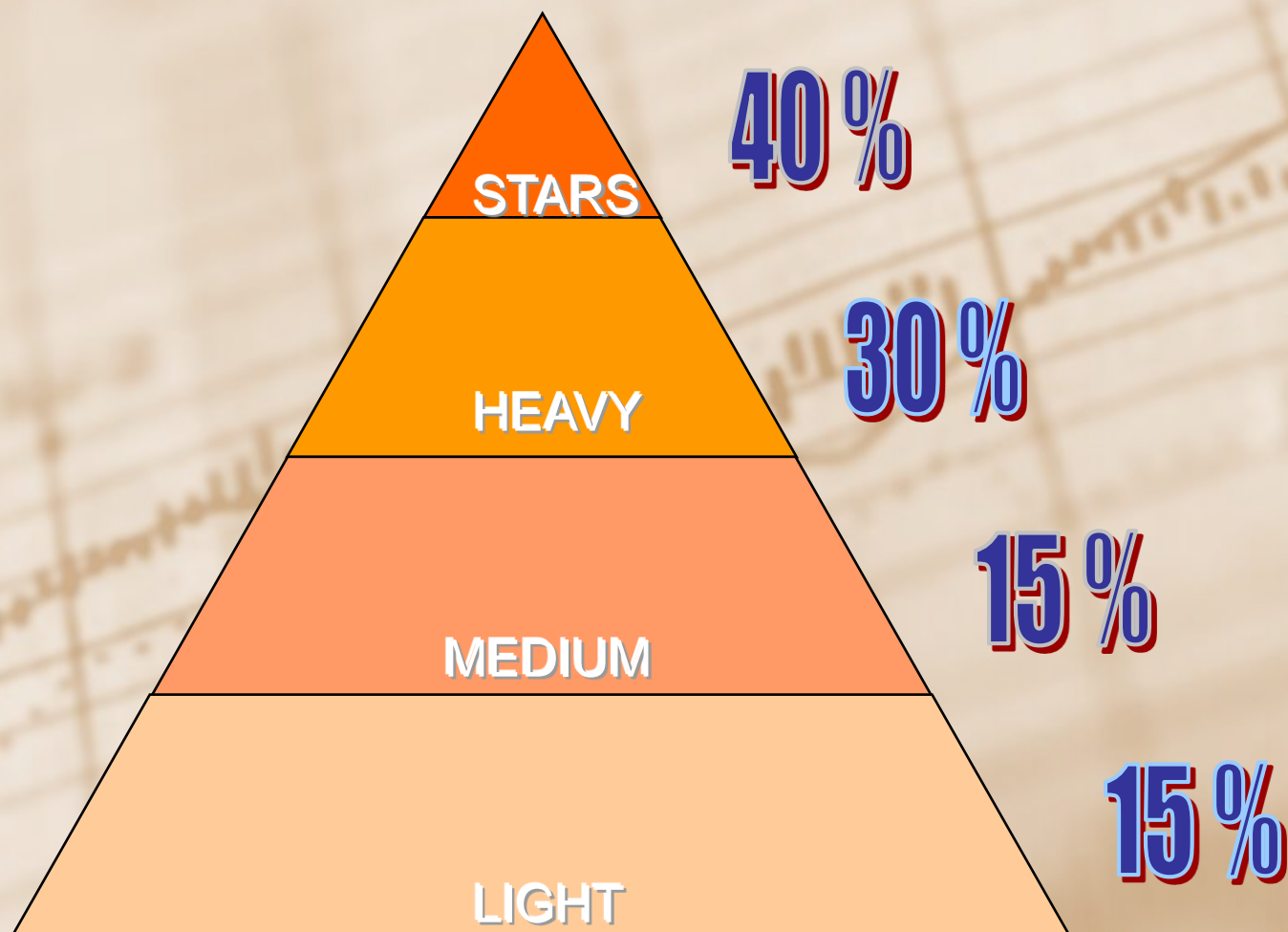
1. Плату за регистрацию (pay per lead)
2. Абонентскую плату (pay for membership)
3. Плату за пользование сервисом (pay per use)
4. Плату за действие (pay per action)

Показатели динамики лояльности:

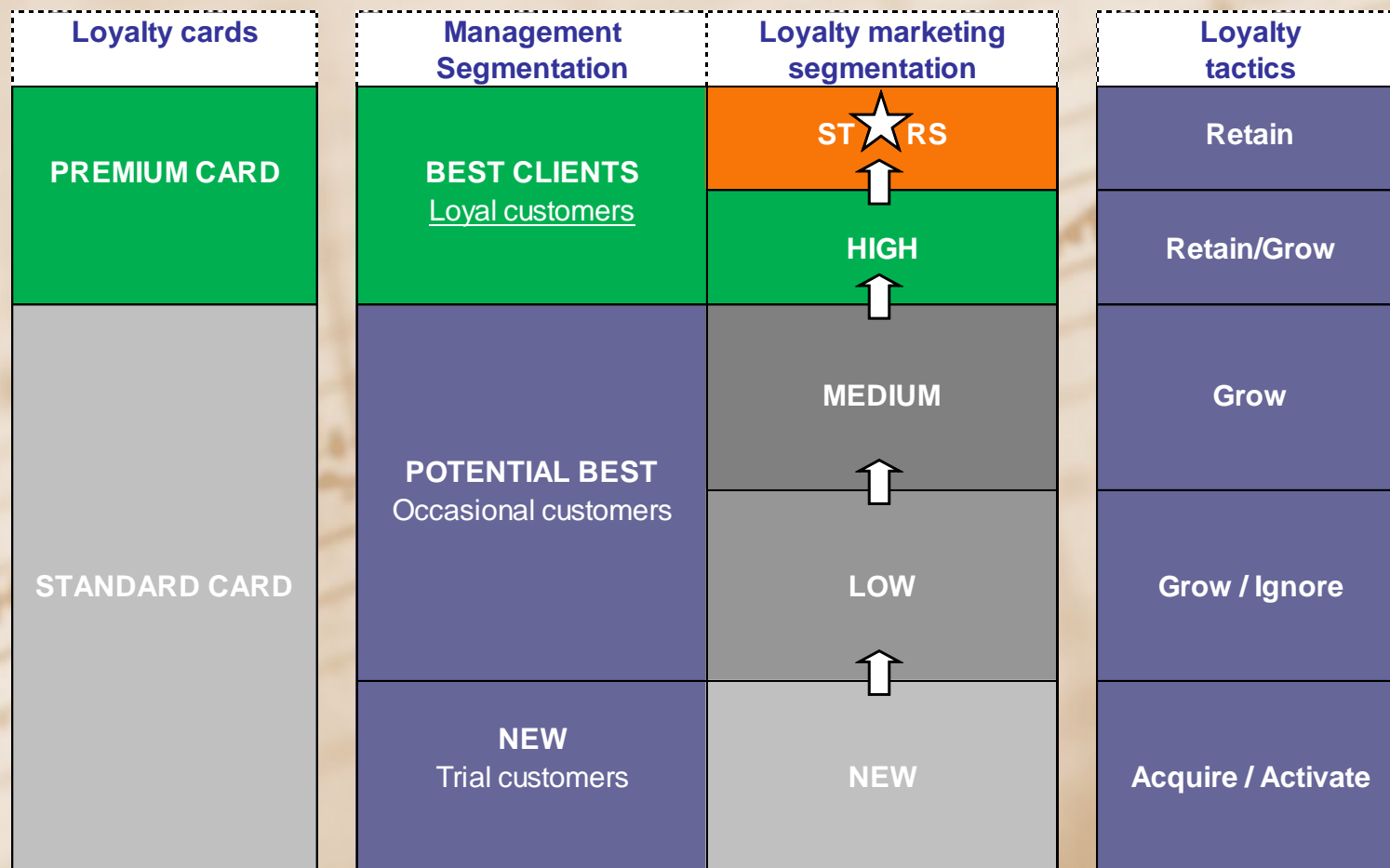
1. Прибыльность клиентов (средний чек)
2. Жизненная стоимость клиента (lifetime value - LTV)
3. Частота пользования платным сервисом

Лояльный посетитель на сайте – это такой посетитель, который платит за пользование сайтом с некоторой периодичностью на протяжении продолжительного периода времени.

Закон Парето и ABC анализ



Воздействие на сегменты клиентов



Почему не все клиенты равны (пример)

Клиенты	Доля		Нарастающим итогом		
	в посещениях	в продажах	Клиенты	Посещения	Продажи
%	%	%	%	%	%
10	24	54	10	24	54
10	14	17	20	39	71
10	12	10	30	51	81
10	11	7	40	62	88
10	10	5	50	72	93
10	9	3	60	80	96
10	7	2	70	88	98
10	6	1	80	93	99
10	4	1	90	97	100
10	3	0	100	100	100
100	100	100			

Мониторинг ценности платящих клиентов

Ежемесячно по сайту в целом формируется автоматический отчет по основным показателям покупательского поведения.

Customer value

	Customers		Av.Sales	Av.Ch.	Visits	Sales,%	Cum.Sales,%
<i>STARS</i>	205	7%	\$375	\$68	15,5	27%	27%
<i>HIGH</i>	576	19%	\$146	\$52	12,8	29%	56%
<i>MEDIUM</i>	813	27%	\$83	\$48	10,7	24%	80%
<i>LOW</i>	1469	48%	\$39	\$31	5,3	20%	100%
<i>Sub-total</i>	3063	100%				100%	
<i>New</i>	1198	39%	\$78	\$65	2,2	33%	33%
TOTAL	4261		\$89	\$51	6,2		

Мониторинг клиентских потоков

Мониторинг потоков клиентов-Customer Flow Report наряду с Customer Value Report позволяют определить стратегические позиции сайта и разработать тактический инструментарий для достижения поставленных целей.

INFLOW/OUTFLOW

	Total		Read/write letter		View photos		Live chat	
Balance BM	118675	100%	108730	100%	7814	100%	2352	100%
New	14723	12%	13466	12%	1081	14%	252	11%
Return	8734	7%	7998	7%	529	7%	203	9%
Inactive	16960	14%	15437	14%	1121	14%	504	21%
Change	6497	5%	6027	6%	489	6%	-49	-2%
Balance EM	125172		114757		8303		2303	

Balance BM – платящая аудитория сайта на начало месяца

New – новые клиенты сайта за последний месяц

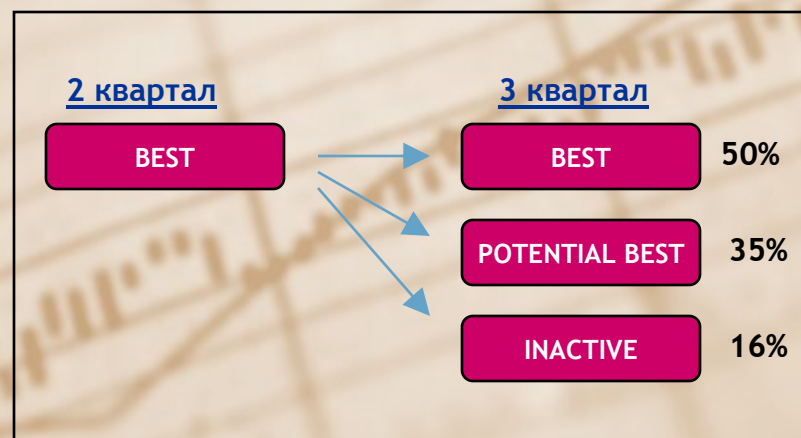
Return – клиенты, давно не пользующиеся платными сервисами, но начавшие платить

Inactive – клиенты, ранее пользующиеся платными сервисами, но ставшие неактивными

Change – общее изменение платящей аудитории за месяц

Balance EM – платящая аудитория сайта на конец месяца

Анализ клиентских потоков



Выявление невидимого...

Определение тенденций...


Активные и эффективные действия...

Мониторинг качества платящих клиентов

	2 кв. 2009		3 кв. 2009		Изменения	
STARS	4,434	8%	4,837	8%	+9%	-
HIGH	5,881	11%	6,419	11%	+9%	-
MEDIUM	7.048	12%	8,542	15%	+21%	+3
LOW	12,198	23%	18,326	32%	+50%	+9
NEW	24,411	45%	18,994	33%	-22%	-12
Всего	53,972	100%	57,118	100%	+5,8%	0

Матрица действий для маркетинга лояльности

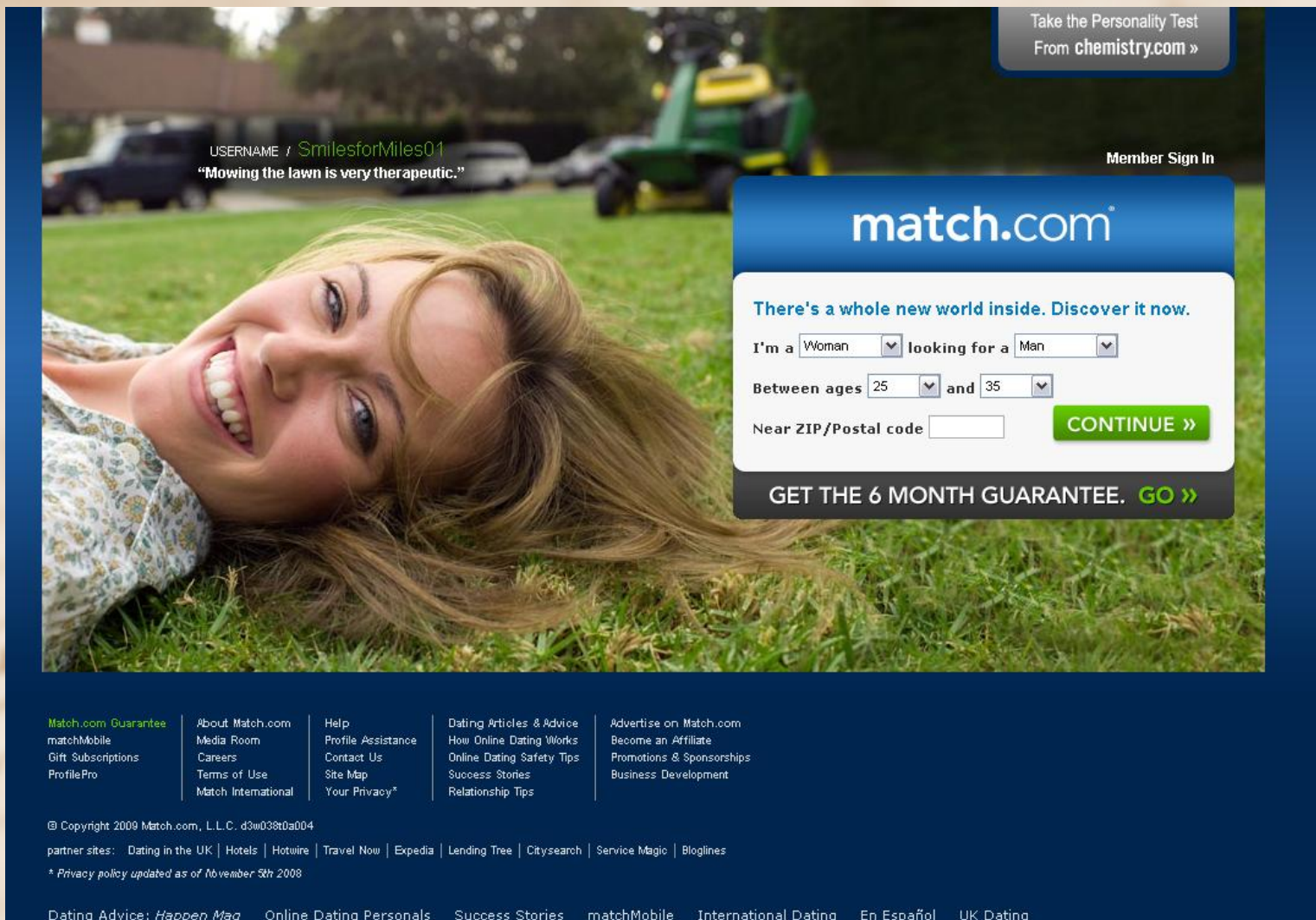
		количество платящих клиентов		
		растет	стабильно	падает
средний чек	растет	идеальная ситуация, не требуемая вмешательства	← нужно искать источники клиентов с лучшей конверсией	← нужно снижать стоимость сервисов
	стабилен	↑ можно повышать стоимость сервисов	↑ выбираем рост клиентов или среднего чека	← проблемы с привлечением клиентов
	падает	↑ ищем проблемный сегмент	← ищем проблемный сегмент	← большие проблемы с лояльностью



Методы и инструменты повышения лояльности. Практика в интернете.

В ЭТОМ РАЗДЕЛЕ Я ПОЗНАКОМЛЮ ВАС С ПРАКТИКОЙ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ В ИНТЕРНЕТЕ

Match.com: элементы главной страницы



Take the Personality Test
From [chemistry.com](#) »

USERNAME / [SmilesforMiles01](#)
"Mowing the lawn is very therapeutic."

Member Sign In

match.com

There's a whole new world inside. Discover it now.

I'm a looking for a

Between ages and

Near ZIP/Postal code

[CONTINUE »](#)

GET THE 6 MONTH GUARANTEE. [GO »](#)

Match.com Guarantee	About Match.com	Help	Dating Articles & Advice	Advertise on Match.com
matchMobile	Media Room	Profile Assistance	How Online Dating Works	Become an Affiliate
Gift Subscriptions	Careers	Contact Us	Online Dating Safety Tips	Promotions & Sponsorships
ProfilePro	Terms of Use	Site Map	Success Stories	Business Development
	Match International	Your Privacy*	Relationship Tips	

© Copyright 2009 Match.com, L.L.C. d3w038t0a004

partner sites: [Dating in the UK](#) | [Hotels](#) | [Hotwire](#) | [Travel Now](#) | [Expedia](#) | [Lending Tree](#) | [Citysearch](#) | [Service Magic](#) | [Blinglines](#)

* Privacy policy updated as of November 9th 2008

[Dating Advice: Happen Mag](#) | [Online Dating Personals](#) | [Success Stories](#) | [matchMobile](#) | [International Dating](#) | [En Español](#) | [UK Dating](#)

Match.com: membership вместо pay per use


match.com

ACCOUNT | HELP | SIGN OUT

SUBSCRIBE MY MATCH SEARCH DAILY 5 MESSAGES PROFILE

Welcome alestone

claudia5293



Anaheim, California, United-States
Active within 24 hours

I am a:
26-year-old female
Looking for:
Dating: 35 to 69 yr old male

Select your subscription plan today!

match.com

Connect with millions of singles just like you!

- 6 months** \$20.99 per month
Includes Guarantee [Learn more](#)
Plus: [Email Read Notification](#) [First Impressions](#) [Highlighted Profile](#)
- 6 months** \$19.99 per month
Includes Guarantee [Learn more](#)
- 3 months** \$22.99 per month
- 1 month** \$39.99 per month

[Billing details](#) [Continue](#)


Subscribe online or by phone.

1 (888) 838-9045

Call us toll-free
8:00 am - 8:00 pm CST
7 days a week

NOW ACCEPTING **PayPal**

or



Billing - Continuous Service
We'd rather you spend more time finding your perfect match and less time paying your bill. Which is why we automatically renew your subscription when it's about to expire. Unless you resign, your subscription will continue at the end of each successive period for the same amount of time at the then-current non-promotional subscription rate. [Learn more](#)



Why subscribe?



Becoming a subscriber shows just how committed you are to finding the right someone. You'll also get a dedicated Match mailbox so you can wink, email or flirt with anyone at any time, safely and



Our subscribers seriously love it here



So many ways to connect	Subscribers	Members
Contact other singles!	✓	✓
Connect faster with IM	✓	✓
Send & receive email messages	✓	✓

Citibank.ru: почтовые рассылки (элемент DM)

Папки  

- Входящие** 1 / 841
- Отправленные 1113
- Удаленные  49
- Спам**  395 / 397
- Черновики 10
- Вечно ценное —
- ДМА 1
- ДМА мирные 4
- Избранное 2
- Пароли и явки 16
- Поддержка сайта —
- Работа —
- Регистрация —

Метки  


- Непрочитанные 1
- Важные**  3
- С вложениями 
- Только мне

Citibank: Изменение Тарифов на переводы в рублях РФ в рамках пакетов банковских услуг

От кого Citibank Russia <mail@email.citibank.ru> [добавить](#) ▼

Кому karasevyar@yandex.ru

Отправлено 1 октября 2009 в 16:29

 **Citi never sleeps™** see English version below www.citibank.ru

Уважаемый Клиент Ситибанка!









Мы благодарим Вас за то, что Вы выбрали Ситибанк и стали нашим клиентом. Надеемся, что качество обслуживания, а также наши продукты и услуги полностью отвечают Вашим требованиям. Цель нашей работы - постоянная забота об удобстве и процветании наших клиентов.

Нам очень приятно сообщить Вам о том, что с **1 октября 2009 года** меняются тарифы за переводы в рублях РФ в рамках пакетов банковских услуг.

В тарифы вносятся следующие изменения:

- Переводы в рублях РФ в другие банки на территории Российской Федерации через систему Citibank Online - **БЕСПЛАТНО**
- Переводы в рублях РФ в другие банки на территории Российской Федерации через Систему Автоматического Банковского Обслуживания CitiPhone - **БЕСПЛАТНО**
- Переводы в рублях РФ в другие банки на территории Российской Федерации через оператора службы CitiPhone - **БЕСПЛАТНО**
- Осуществление регулярных (периодических) платежей в рублях РФ по инструкции - **БЕСПЛАТНО**

Citibank Online - это система удаленного банковского обслуживания через Интернет, с помощью которой клиенты Ситибанка в любое время, из любой точки мира могут удобно и безопасно управлять своими счетами. В любое время дня и ночи, не выходя из дома или офиса, Вы можете просматривать текущий баланс и операции по Вашим счетам, осуществлять переводы, оплачивать услуги, открывать срочные депозиты, а также пользоваться другими дополнительными услугами путем простого нажатия клавиши! Для того чтобы воспользоваться услугой Citibank Online, Вам достаточно зайти на сайт www.citibank.ru. В 2007 году журнал Global Finance назвал Citi Россия "Омский

Готово         #27

Citibank.ru: дисконтная мультибрендовая программа лояльности

Simple Shopping.ru

citibank

СКИДКИ %
ПРОГРАММА СКИДОК
ПО КАРТАМ СИТИБАНКА

NESTE citi
5397 0600 0000 0000
VALID DATES
03/09-03/12
Ivan Petrov
MasterCard
WORLD

ГИД ПО ПОКУПКАМ | НОВОСТИ | ПАРТНЕРЫ | АКЦИИ И СПЕЦПРЕДЛОЖЕНИЯ | КОНТАКТЫ | КАРТЫ СИТИБАНКА

Гид по покупкам

SKAGEN
«SKAGEN»
SKAGEN – часы достойные королей.
Несмотря на то, что история датского бренда Skagen насчитывает всего двадцать лет, часы Skagen воспринимаются как роскошные дизайнерские часы высокого класса >>>

Открылся новый отель на побережье Средиземного моря – Crowne Plaza Antalya
Компания Kaf Hotels International Tourism&Trade Company открыла новый отель в Турции, Анталии – Crowne Plaza >>>

Новости

22 октября
В **ДЕНЬ РОЖДЕНИЯ «КЕНГУРУ»** - ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ СКИДКА 13% ПРИ ОПЛАТЕ КАРТАМИ СИТИБАНКА ! (Москва и Санкт-Петербург) >>>

18 октября
В «Титаник Синема» ожидаются «осадки в виде фрикаделек» (Екатеринбург) >>>

ПОИСК ПАРТНЕРОВ
У НАС УЖЕ 945 ПРЕДЛОЖЕНИЙ


Выберите город: Москва
Выберите категорию: Все категории
Искать

Акции и специальные предложения

ДЕНЬ РОЖДЕНИЯ «КЕНГУРУ»
В **ДЕНЬ РОЖДЕНИЯ «КЕНГУРУ»** - ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ СКИДКА 13% ПРИ ОПЛАТЕ КАРТАМИ СИТИБАНКА ! (Москва и Санкт-Петербург) >>>
Партнер: Сеть салонов для будущих мам и детей "Кенгуру"

Parad PARAD
обувь со специальной скидкой в городе Новосибирске
Обувные салоны Parad, Найт, Пара в городе Новосибирске >>>
Партнер: Обувные салоны "НАЙТ"

Nectar.com: бонусная мультибрендовая программа лояльности



[Log in](#) | [Register](#) | [Help](#)

Home Collect points Spend points My account About Nectar

Chance to win 1 million points

DIY Nut, Pruner or DIY Dodger?
Tell us about your home and gardening habits by taking part in [Britain's Biggest Home & Garden Survey](#) and we'll reveal what your answers say about you.

[Click here to take part](#)




Homebase

Decorate your home for less with Homebase. Find everything you need for your house and garden this Autumn.

Only 2,000 points for £10 off your shopping!

[Find out more](#)



< 1 2 3 4 5 >

< 1 2 3 4 5 >

Bonus points offers


Boost your balance

[Log in now](#) to see if you have any bonus points offers from your favourite places.

[See all my offers](#)

My offers

Here's just a few places which might offer bonus points...



Shop online

Don't miss out

Find the best deals online with over 400 great names and collect points as you shop.


[Find out more](#)

Hot offers

Yummy Bones chocolates

Collect DOUBLE Points

[Start shopping](#)



My account

Log into my account

Enter the last 11 digits of your Nectar card:
98263000

Your password (case sensitive):

OR

Enter your email address:

Your password (case sensitive):

Remember me

Много.ру: бонусная мультибрендовая программа лояльности

клуб
МНОГО.РУ

о клубе | получить карту | акции | помощь | стать партнером


Звоните: (495) 961-11-66

**ВСЕ ПОКУПКИ
С КАРТОЙ МНОГО.РУ
ВЕДУТ К ПРИЗАМ!**

1
ЗАКАЗАТЬ КАРТУ
Бесплатно

2
ПОЛУЧИТЬ БОНУСЫ
Партнеры Клуба

3
ПОЛУЧИТЬ ПРИЗЫ
Каталог призов



Вход в Личный кабинет

Номер карты


Пароль

[Забыли пароль?](#) [Вход](#)

[Зарегистрироваться](#)

Двойные бонусы на Ленинском

Получайте в два раза больше бонусов за все покупки в магазине на Ленинском проспекте [Посмотреть новинки](#)



Регистрация бонусов

Мой Клуб


- Мой День Рождения
- Получайте бонусы за установку панели Яндекс.Бар от Много.ру
- Тройные бонусы за товары для мам и малышей
- 15 новых Акций - ключ к успеху в программе
- Двойные бонусы за все в "СОЮЗе" на Ленинском
- Смотрите обзор коллекций модной одежды

Акции и специальные предложения

Ночи бесплатного загара

с 23.00 вечера до 07.00 утра

С 19 октября по 01 ноября



Мамам и малышам


Тройные бонусы за товары для новорожденных

[Посмотреть товары](#)

[Все Акции Клуба, Персональные предложения, Интересные сообщения](#)
Накапливайте бонусы на желанные призы покупая у всех партнеров Клуба!

Приз недели


Моментальный загар




[Подарочный сертификат "Моментальный загар" 2000 бонусов](#)

Партнеры клуба

Приз месяца



Cokezone.co.uk: программа лояльности бренду




ENTER CODE

What is a Coke Zone code?

REGISTER FOR FREE POINTS ▶

LOG IN | HELP



SPORT MUSIC ENTERTAINMENT GAMES FASHION CHARITY FREE & FUN BLOG COCA-COLA DIET COKE COKE ZERO

YOUR CHANCE TO WIN FREE TICKETS TO THE O2 WITH 'COKE ZONE'

CHECK OUT WHAT TICKETS ARE UP FOR GRABS!


ENTER NOW

The O₂

THE DOCK THAT ROCKS

WIN A SONY IPOD DOCKING STATION EVERY DAY IN OCTOBER

Enter Now




HERO REWARD

GET MORE FROM COCA-COLA ON COKE ZONE

Get great rewards and prizes by collecting points on Coke Zone. Just look for the specially-marked bottles of **Coca-Cola**, **Diet Coke** and **Coke Zero**. Sport, music, entertainment, games, fashion and beauty - we've got it all!


We've got great games like **FIFA09** and **Need for Speed - Undercover**. We've got experiences like **Indoor Skydiving** and **2 for 1** at top theme parks.

Celebrate summer on Coke Zone. Get your **free song from iTunes**, **wallpapers**




HOT REWARDS


Sony iPod dock
Are you ready to rock?
600 points




Alton Towers Resort
Go loopy for this 2 for 1 voucher at Alton Towers Resort.
5 points



Vue Cinema tickets
Another smash hit from the 'Coke Zone' box office.
100 points



Heat subscription
Who dares ask celebrities the questions you really want answering? Heat, that's who!
250 points




[Search rewards](#) ▶ [All rewards](#) ▶

cineworld CINEMAS





See

Unlimited Films from **£13.50** per month



cineworld.com

TOP BRANDS



Toyota-russia.ru: сообщество владельцев автомобилей Toyota



[Полезные ссылки](#) | [Карта сайта](#)

[Форум Клуба](#) [Главная](#)

Клуб [▶](#)

Новости [▶](#)

Клубные скидки [▶](#)

О компании Toyota [▶](#)

FAQ по моделям [▶](#)

FAQ по обслуживанию [▶](#)



[Скидки](#)
для участников Клуба.

В связи с объединением Toyota Club Russia и проекта [Autocommunity](#), форум Тойота клуба вместе со всеми сообщениями и учетными записями пользователей перенесен в [форум Autocommunity](#).

Все участники Тойота клуба для авторизации в новом форуме могут использовать e-mail и пароль, указанные при регистрации в Toyota Club Russia.


[Toyota Yaris](#) | [Toyota Auris](#) | [Toyota Avensis](#) | [Toyota Camry](#) | [Toyota Corolla](#) | [Toyota RAV4](#) | [Toyota Land Cruiser 100](#)

Добро пожаловать в Toyota Club Russia.

Мы рады приветствовать Вас на сайте крупнейшего в России Клуба владельцев автомобилей марки Toyota.

Тойота Клуб Россия является добровольной и абсолютно не коммерческой организацией. Мы не преследуем целей получения прибыли, у нас отсутствует такое понятие, как членские взносы, и даже дисконтные карты выдаются участникам Клуба бесплатно. Corolla Toyota Auris

- Началось финальное голосование фотоконкурса "Воспоминания о лете —2008"
- Владельцы Toyota Corolla, Auris, Camry, Avensis, RAV4 и Land Cruiser Prado приняли активное участие в осенней [коллективной закупке](#) шин и дисков.
- Успешно прошло очередное клубное [пейнтбольно-шашлычное мероприятие](#).
- Обновлен логотип клуба, изменились [дисконтные карты](#) и [клубная атрибутика](#).
- Завершился клубный конкурс на [самое курьезное фото из детства](#).
- Владелец [Toyota Auris](#) стал победителем третьего конкурса на лучший отзыв о своем автомобиле.



Спасибо за внимание!
Вопросы?

КАРАСЕВ ЯРОСЛАВ
БИЗНЕС-АНАЛИТИК
IT-ONLINE GROUP

yarthefish@gmail.com