

<b>6. Данные, прекрасные данные</b> .....	106
Пить из брендспойта .....	106
Оценка лояльности потребителя .....	110
Проблемы с хранилищами данных .....	112
Заставим хранилище данных работать .....	117
Чему научилась <i>Tesco</i> , работая с базами данных .....	121
<b>7. Четыре Рождества в году</b> .....	124
Банановый человек из Вустера .....	124
Посылать по почте или не посылать? .....	125
Ревизия финансовых отчетов «Клубной карты» .....	128
Лицензия на печатание денег .....	130
Что <i>Tesco</i> узнала о почте .....	133
<b>8. Личный ежеквартальный журнал</b> .....	136
Журнал «Клубная карта» .....	136
Сегментация журнала .....	140
Всегда свежая информация .....	142
<b>9. Вы – то, что вы едите</b> .....	144
Пять лет работы .....	144
Пять проблем с данными .....	145
Куб лояльности .....	148
Вы – то, что вы едите .....	151
Корзины превращаются в ведра .....	154
«Ведра» превращаются в стиль жизни .....	157
<b>10. Стиль жизни становится привычкой</b> .....	162
Использование данных в полном объеме .....	162
«Снежный ком» .....	166
Покупательские привычки .....	170
Старший брат .....	171
Сегменты в работе .....	173
<b>11. Открытие банка</b> .....	176
«Клубная карта плюс» .....	176
Превзойдя остальных .....	179
Банк <i>Tesco</i> .....	183

Sainsbury's наносит ответный удар .....	187
Банк нового поколения.....	192
Значение «Клубной карты» для нового предприятия .....	194
<b>12. Дети, красота и вино .....</b>	<b>196</b>
Скрепляя узы.....	196
Круг избранных .....	200
«Детский клуб» .....	202
Пицца «Клубная карта» .....	208
Что узнала <i>Tesco</i> о «внутренних клубах».....	213
<b>13. Более крупный контракт .....</b>	<b>216</b>
Партнеры для «Клубной карты» .....	216
Самостоятельные, коллективные и аутсорсинговые программы.....	218
Первые партнеры «Клубной карты» .....	223
Контракты «Клубной карты» .....	229
«Контракты» превращаются в <i>Freetime</i> .....	234
<b>14. С <i>Tesco.com</i> – прямо в дом .....</b>	<b>239</b>
«Наша обязанность – обеспечить покупки на дому» .....	239
<i>Tesco</i> в Интернете .....	243
Реальные покупатели, реальные магазины, реальное преимущество ..	246
Пузырь, который не лопнул.....	248
Особенности торговли через Интернет .....	252
Электронный магазин непродовольственных товаров .....	258
Как «Клубная карта» помогла <i>Tesco.com</i> .....	260
<b>15. Пять задач на будущее .....</b>	<b>263</b>
Грядущее десятилетие .....	263
Сможет ли клубная карта стать глобальным проектом? .....	264
Сможет ли «Клубная карта» остаться наиболее популярной программой лояльности в Великобритании?.....	269
Сможет ли «Клубная карта» способствовать росту продаж? .....	271
Сможет ли «Клубная карта» выдавать мгновенные вознаграждения? ...	275
Может ли «Клубная карта» помочь поставщикам <i>Tesco</i> ? .....	277
Обновленный договор с потребителем .....	280
Благодарность авторов.....	281
Предметный указатель .....	283