

Обзор

Заказчик:

«Эконика».
Сеть магазинов розничной торговли.

Страна:

Россия

Область деятельности:

Розничная торговля.

О компании:

«Эконика» — крупнейшая в России сеть, создающая коллекции обуви и аксессуаров исключительно для женщин. На рынке с 1992 года. Насчитывает более 160 салонов по всей России и в Казахстане, а также Интернет-магазин. Каждый сезон «ЭКОНИКА» представляет новую коллекцию, состоящую из более 500 моделей обуви и аксессуаров под собственными торговыми марками: «Alla Pugachova» и «RiaRosa».

Решение

Manzana Loyalty на базе Microsoft Dynamics CRM.

Преимущества решения

Manzana Loyalty — это проверенное решение для управления Программой Лояльности розничной сети на базе Microsoft Dynamics CRM. С помощью решения маркетологи сети «Эконика» получили актуальную, постоянно обновляемую базу данных покупателей. Эффективность коммуникаций с клиентами увеличилась.

Партнер

Manzana Group — www.manzanagroup.ru — консалтинговая компания, сертифицированный партнер Microsoft. Компания предлагает своим клиентам спектр решений для управления программами лояльности (Manzana Loyalty), взаимоотношениями с клиентами (Microsoft Dynamics CRM) и специализированное решение для управления розничными сетями.

Manzana Loyalty помогает «Эконике» выстраивать отношения с клиентами на качественно новом уровне

В женской обувной сети «Эконика» уверены – покупка хорошей обуви должна быть приятна во всех отношениях. А чтобы общение клиентов с компанией стало еще более комфортным и конструктивным, «Эконика» запустила проект внедрения системы управления маркетингом розничной сети, выбрав программу Manzana Loyalty на базе Microsoft Dynamics CRM.

Ситуация

За более чем 20 лет работы «Эконика» стала одним из лидеров обувного рынка России. «Эконика» сегодня — это 160 салонов и более 900 000 участников действующей программы лояльности. Владельцы дисконтных карт сети попадают в число членов клуба постоянных покупателей, для которых регулярно проходят акции и запускаются специальные предложения. Система накопительных дисконтных карт «Эконика» дает возможность постоянным клиентам получать скидки в размере 5 - 20 % от стоимости покупки. Помимо этого, до старта сезонных распродаж в рамках «Недели постоянного покупателя» участники программы могут приобретать обувь или аксессуары по специальным выгодным условиям, получать подарки. Эти и другие активности сопровождаются рядом маркетинговых коммуникаций.

Решение

Для построения качественной системы управления отношениями со своими клиентами сеть решила внедрить современную и проверенную CRM-платформу — Manzana Loyalty на базе Microsoft Dynamics CRM.

Результаты

Решение будет тесно интегрировано с используемой в компании учетной системой, кассовым оборудованием и оборудованием провайдера СМС-услуг.

Новая платформа для программы лояльности сети «Эконика» на базе Manzana Loyalty включает в себя ведение всей истории работы с покупателями, изучение их предпочтений, сегментация по самым различным характеристикам, возможность формировать уникальные предложения отдельным группам клиентов, управлять комплексом маркетинговых коммуникаций по наиболее удобным для потребителя каналам и анализировать их эффективность. Работа CRM-платформы будет охватывать как работу регулярной сети, так и Интернет-магазина «Эконика».

Возможности Manzana Loyalty на базе Microsoft Dynamics CRM позволяют маркетологам из единого пользовательского интерфейса системы управлять всеми аспектами маркетинговой деятельности сети, получая тут же отклик покупателей на запускаемые кампании. Наличие готового CRM-решения, которое прошло испытание уже в десятках успешных проектов, позволяет за 10-15 недель получить готовый инструмент для повышения основных бизнес-показателей сети.



«Один из самых ценных активов розничной сети – это ее лояльные покупатели. Можно скопировать технологии работы или бизнес-процессы, но доверие клиентов такими методами завоевать не получится. Именно поэтому для нас так важно работать над повышением удовлетворенности и лояльности потребителей к бренду. Мы довольно тщательно подошли к выбору как самой системы управления лояльностью, так и партнера для этого проекта. В рамках тендера был сформулирован большой набор требований к системе - консультанта по проекту мы подбирали как раз исходя из соответствия возможностей программы нашим ожиданиям и профессионального опыта партнера»

Ирина Зуева
Директор по маркетингу
«Эконика»



«Гарантией успеха для нас является опыт партнера во внедрении схожих с нашим проектов. Мы выбирали наиболее опытную компанию на этом рынке и по количеству успешных реализованных проектов, и по уровню их сложности. В результате остановили свой выбор на компании Manzana Group. Разумеется, проверили возможности CRM-решения и его уровень готовности именно под наши потребности»

Ирина Зуева
Директор по маркетингу
«Эконика»



«Мы доверяем платформе Microsoft Dynamics, которая помогает нам в реализации бизнес-задач. Уже много лет используем систему Microsoft Dynamics AX. И сейчас уверены, что выбрали подходящее решение и для управления нашей программой лояльности. В лице Manzana Group видим опытного специалиста. Для нашего проекта это важно»

Кирилл Митюшкин
ИТ-директор
«Эконика»



«Работа с лидером рынка – это то, что действительно интересно и то, что действительно придает драйв. Мы рады тому, что еще один из наиболее известных игроков fashion-ритейла выбрал нашу компанию. Мы готовы использовать весь тот опыт автоматизации программ лояльности, который есть у наших специалистов, чтобы помочь сети «Эконика» получить надежный инструмент управления лояльностью клиентов. Мы гордимся тем, что сегодня мы, пожалуй, единственный поставщик CRM-систем для розницы, который может предоставить на проект такую сильную команду. А это, на наш взгляд, крайне важно для успеха»

Олег Паленов
Генеральный директор
Manzana Group