

«ЛУКОЙЛ-Интер-Кард» – Программа поощрения покупателей АЗС «ЛУКОЙЛ-Волганефтепродукт»

Компания «ЛУКОЙЛ-Интер-Кард» использует решение Manzana Loyalty для поощрения покупателей автозаправочных станций в Нижнем Новгороде и Нижегородской области. Решение предоставляет клиентам крупнейшей федеральной сети АЗС новые возможности для получения материального поощрения, а руководству сети – эффективные инструменты для управления потребительским поведением.

О ЗАКАЗЧИКЕ

Крупнейшая федеральная сеть автозаправочных станций «ЛУКОЙЛ» обслуживается компанией «ЛУКОЙЛ-Интер-Кард». Компания обеспечивает функционирование и развитие системы учета отпуска нефтепродуктов, сопутствующих товаров и услуг на АЗС. «ЛУКОЙЛ-Интер-Кард» работает на рынке уже 10 лет, обслуживая более 3200 АЗС в 72 регионах России, а также на территории Украины, Азербайджана, Белоруссии, Польши, Эстонии, Латвии, Литвы, Финляндии. На данный момент «ЛУКОЙЛ-Интер-Кард» объединяет 160 региональных офисов обслуживания, выпущено свыше 275 тысяч топливных карт и 1,5 миллиона карт лояльности в обращении.

«ЛУКОЙЛ-Волганефтепродукт» является дочерним предприятием нефтяной компании «ЛУКОЙЛ». Компания обладает уникальной транспортной инфраструктурой, позволяющей оперативно производить отгрузку нефтепродуктов потребителям железнодорожным и речным транспортом, а также посредством трубопроводов. Осуществляет реализацию нефтепродуктов на внутреннем рынке через оптово-розничную сеть. «ЛУКОЙЛ-Волганефтепродукт» ведёт деятельность в девяти центральных регионах России: республиках Марий Эл, Чувашия, Мордовия, в Нижегородской, Владимирской, Ивановской, Вологодской, Костромской, Ярославской областях.

СИТУАЦИЯ

Внедрение новой программы поощрения является частью глобального проекта по замене традиционной, дисконтной программы стимулирования клиентов на новую, более эффективную программу поощрения постоянных покупателей.

Программа основывается на системе поощрения покупательской активности клиентов АЗС за счет комплекса привилегий: моментальной скидки и дополнительного накопления баллов за каждую покупку.

В качестве средства автоматизации выбрано специализированное, хорошо зарекомендовавшее себя на рынке решение Manzana Loyalty - разработка компании Manzana Group для управления лояльностью покупателей. Построенное на высокотехнологичной и широко распространенной платформе Microsoft Dynamics CRM, решение обладает высокой производительностью, надежностью и масштабируемостью.

«Управление лояльностью – один из наиболее актуальных вопросов в розничной торговле сегодня. Если компания стремится к лидерству и настроена на активный рост, ей не обойтись без грамотной и современной программы поощрения покупателей. Именно для таких компаний и создано решение Manzana Loyalty, которое не просто предоставляет широкие возможности для персонализированной работы с покупателями и внедрения различных видов поощрения потребительской активности, но и помогает компании получать прибыль от лояльности своих клиентов», – рассказывает Юрий Вронский, директор по развитию бизнеса компании Manzana Group.

РЕШЕНИЕ

На момент начала проекта в Нижнем Новгороде «ЛУКОЙЛ-Интер-Кард» уже более полугода успешно использовала решение Manzana Loyalty для управления программой поощрения клиентов сети АЗС «ЛУКОЙЛ» в северо-западном регионе РФ. Используемое в компании решение позволяет участниками программы при каждой заправке накапливать баллы. Каждые 100 баллов в дальнейшем обмениваются на сертификат, дающий возможность участнику одновременно заправиться на АЗС «ЛУКОЙЛ» с существенной скидкой (19,99%).

Решение, разработанное для сети АЗС «ЛУКОЙЛ» Нижнего Новгорода, позволяет пойти дальше и значительно расширить для покупателей возможности получения материального поощрения. Так, клиенты АЗС получили возможность накапливать баллы не только при приобретении топлива, но и за любую покупку в мини-маркете при АЗС. При этом участники программы могут сами влиять на механизм начисления своих бонусов. Для этого необходимо присоединиться к одному из четырех клубов, объединяющих держателей карт в соответствии с их интересами («Автопрофи», «Автосемья», «Автоледи», «Транзит»). Будучи членом того или иного клуба, покупатель получает возможность накапливать дополнительные баллы при покупке товаров из определенных групп. Такой подход позволяет налаживать тесную связь со своими покупателями, гибко реагировать на их предпочтения и эффективно управлять потребительским поведением.

Для организации максимально эффективного процесса регистрации участников Программы в решении была реализована удобная функция автоматической обработки и выверки анкет. Создание карточки участника и формирование заявки на выпуск бонусной карты происходит автоматически после сканирования и распознавания заполненной анкеты участника.

«Для того чтобы свести к минимуму трудозатраты по занесению данных в систему и выпуску бонусных карт, мы использовали механизм поточного сканирования и распознавания анкет участников. С учетом количества участников, ежедневно присоединяющихся к программе поощрения «ЛУКОЙЛ-Интер-Кард», это позволило получить еще более значительный экономический эффект от программы поощрения», – комментирует Юрий Вронский, директор по развитию бизнеса компании Manzana Group.

Средствами Manzana Loyalty реализована также система SMS-уведомлений, с помощью которых участники программы оперативно получают информацию о начисленных баллах, выпущенных сертификатах и специальных предложениях. Формирование персональных SMS-сообщений, их отправка и контроль доставки осуществляется непосредственно из Manzana Loyalty, без необходимости производить силами сотрудников выгрузку данных в сторонние системы.

Традиционно для решения Manzana Loyalty, проект был реализован в сжатые сроки, продолжительность проекта в Нижегородской области составила около 3-х месяцев.

ИТОГИ ПРОЕКТА

Внедрение Manzana Loyalty позволило «ЛУКОЙЛ-Интер-Кард» вывести систему поощрения покупателей на принципиально новый уровень. На замену традиционной дисконтной системе пришла новая, более современная технология управления покупательской активностью с помощью бонусных баллов.

В результате были достигнуты все основные цели проекта. В сжатые сроки Заказчик получил в собственное распоряжение высокопроизводительную систему мирового уровня, поддерживающую все требования новой механики программы поощрения. Благодаря новому решению – Manzana Loyalty - у компании «ЛУКОЙЛ-Интер-Кард» появилась возможность внедрить более гибкую, адресную систему материального поощрения покупателей с помощью клубов «по интересам», а также использовать новые методы коммуникаций с клиентами с помощью SMS.

Новые возможности не оставили нижегородских автолюбителей равнодушными – набор участников обновленной программы поощрения идет очень активно.

«Мы в очередной раз убедились, что решение Manzana Loyalty – очень удобный инструмент для управления программой поощрения наших постоянных покупателей. В нем есть практически все, что необходимо на сегодняшний день - и персонализированный подход к каждому участнику и возможность гибко настраивать правила начисления бонусных баллов», комментирует – Михаил Мясников, руководитель отдела по развитию Программы лояльности «ЛУКОЙЛ-Интер-Кард».

О ПАРТНЕРЕ

Manzana Group, www.manzanagroup.ru – консалтинговая компания, обладающая высшим партнерским статусом Microsoft – Microsoft Gold Certified Partner, является эксклюзивным представителем в России и странах СНГ компании Tectura – крупнейшего партнера Microsoft Business Solutions в мире. Компания Manzana Group специализируется на проектах по управлению программами лояльности на платформе ведущих мировых разработчиков. Компания предлагает своим клиентам спектр решений и продуктов для управления программами лояльности (Manzana Loyalty), взаимоотношениями с клиентами (Microsoft Dynamics CRM), управления бизнес-процессами и документооборотом (Microsoft Sharepoint, Nintex Workflow), бюджетирования, планирования, прогнозирования, консолидации и отчетности (Clarity), управления предприятием (Microsoft Dynamics NAV, Microsoft Dynamics AX). Специалисты компании являются экспертами отрасли, аккумулировавшими более чем 12-летний опыт работы в корпорации Microsoft и других крупнейших российских и международных компаниях.