



«Седьмой континент» запускает «Путеводитель по скидкам» под управлением Manzana Loyalty

Сеть магазинов «Седьмой Континент» запустила программу лояльности «Путеводитель по скидкам» на всей территории Российской Федерации. Компания «Седьмой Континент» – одна из крупнейших розничных сетей в России. Магазины сети представлены в двух форматах – супермаркеты «Седьмой Континент» и гипермаркеты «НАШ». В качестве CRM-системы для управления программой лояльности компания «Седьмой Континент» выбрала решение Manzana Loyalty на платформе Microsoft Dynamics CRM.

Запуск программы лояльности «Путеводитель по скидкам» – это последовательное развитие взаимовыгодных отношений между розничной сетью «Седьмой Континент» и покупателями. Компания предлагает поощрения, скидки, подарки и специальные условия для своих лояльных покупателей.

Важным критерием выбора Manzana Loyalty в качестве CRM-решения «Седьмого Континента» стало наличие мощной системы анализа и отчетности программы лояльности. Manzana Loyalty Analytics позволяет оценить эффективность маркетинговых акций, проанализировать работу каждого супермаркета или гипермаркета, динамику начисления и списания бонусных баллов, а также сегментировать покупателей и получать оперативную информацию по каждому клиенту.

В аналитическом решении хранятся и обрабатываются не только данные участников программы лояльности, но и информация по всем покупкам в сети. Даже те, которые были сделаны без предъявления карты участника программы лояльности.

С помощью аналитики Manzana Loyalty сотрудники отдела маркетинга «Седьмого Континента» планируют таргетированные акции на основе потребительского поведения покупателей. Маркетологи могут сами разрабатывать акции и управлять ими, анализировать результаты, используя знакомый и понятный интерфейс Microsoft.

Автоматизация бизнес-процессов в Manzana Loyalty также значительно упрощает работу маркетологов розничной сети. Например, менеджеры «Седьмого Континента» меняют размер скидок на определенные товары в правилах маркетинговых акций с помощью «одной кнопки». Таким образом, можно каждый день менять размер скидок на различные товары в одном или



нескольких магазинах сети, а также сразу во всех супермаркетах и гипермаркетах. Эта возможность помогает стимулировать покупки, быстро реагировать на предпочтения покупателей.

Решение Manzana Loyalty интегрировано с локальной учетной системой, кассовым программным обеспечением 1С, личным веб-кабинетом участника программы лояльности и SMS-сервисом, а также системой учета и обработки обращений участников программы лояльности по email. Интеграция с кассовым программным обеспечением позволяет Manzana Loyalty обрабатывать чеки в режиме онлайн. Информация о купленных товарах, начисленных или списанных баллах, доступна для анализа в CRM-системе. Анализ потребительского поведения помогает планировать маркетинговые акции и коммуникации с покупателями.

Решение Manzana Loyalty поддерживает концепцию омниканальной коммуникации с участниками программы лояльности. Покупатели «Седьмого континента» получают персонализированные предложения по электронной почте и SMS, в личном веб-кабинете, а также им вручаются бонусные купоны на кассовых чеках в местах продаж. Карту участника программы лояльности можно получить в любом магазине розничной сети «Седьмого Континента». По карте сразу начисляются бонусные баллы при покупке. Чтобы списать баллы или воспользоваться поощрениями, покупатели регистрируются на сайте «Седьмого Континента». Такой подход стимулирует клиентов передавать свои анкетные данные в CRM-систему.

«При выборе CRM-системы мы ориентировались на решение, которое поможет нам оперативно управлять акциями и создавать персонализированные предложения на основе анализа потребительского поведения наших покупателей. Manzana Loyalty полностью отвечает нашим требованиям. Сейчас у нас около 1 500 000 участников программы лояльности. Начислено более 2 млрд. бонусов, а списано более 1 млрд. Степень вовлеченности участников программы лояльности постоянно растет», – делится своим мнением Захаркин Алексей Викторович, директор по маркетингу компании «Седьмой Континент».

«Мы накопили большой опыт автоматизации управления программами лояльности розничных сетей федерального уровня. Это позволило нам быстро решать сложные задачи управления маркетинговыми акциями при запуске программы лояльности «Седьмого Континента». Мы видим, что маркетологи компании получили надежную и быстродействующую CRM-систему для построения долгосрочных взаимовыгодных отношений с покупателями», – комментирует Олег Паленов, генеральный директор Manzana Group.

Информация о компаниях

Супермаркеты «Седьмой Континент» и гипермаркеты «Наш» – www.7cont.ru –

ОАО «Седьмой Континент» было основано в 1994 году и является российской розничной торговой сетью и одним из лидеров розничного рынка России. Магазины сети предлагают своим покупателям широкий ассортимент товаров и услуг высокого качества, гибкую ценовую политику, всегда отвечают требованиям рынка, являясь высокотехнологичными торговыми площадками.

Компания «Седьмой Континент» – одна из первых российских мультиформатных розничных сетей. Работа сразу в нескольких форматах позволяет компании не только постоянно расширять сферу своей деятельности, но и повышать конкурентоспособность магазинов, расширять круг постоянных покупателей с самыми разными потребительскими предпочтениями и доходами.



Магазины сети представлены в двух форматах – супермаркет «Седьмой Континент», гипермаркет «НАШ». В настоящий момент в сети ОАО «Седьмой Континент» насчитывается 156 магазинов в Москве и Московской области, а так же в Калининграде, Перми, Белгороде, Вологде, Иваново, Костроме, Красноярске, Нижнем Новгороде, Обнинске, Орле, Рязани, Челябинске, Ростове-на-Дону и Ярославле.

Manzana Group – www.manzanagroup.ru – консалтинговая компания, сертифицированный партнер Microsoft, разработчик CRM-решений для управления программами лояльности. Компания предлагает своим клиентам решения для управления программами лояльности – Manzana Loyalty, а также услуги по повышению эффективности маркетинговых акций в рамках программ лояльности. По признанию штаб-квартиры Microsoft, компания Manzana Group вошла в пятерку наиболее успешных партнеров Microsoft Dynamics в мире по направлению Розничная Торговля (2012 PARTNER OF THE YEAR FINALIST - Microsoft Dynamics Retail Industry), а также была названа лучшим поставщиком решения для Розничной торговли в России (2012). Предоставляя Microsoft Dynamics CRM и Manzana Loyalty клиентам на условиях аренды, Manzana Group была признана лучшим хостинг-партнером Microsoft Dynamics CRM 2011.

Среди клиентов компании: сеть магазинов электроники и бытовой техники Media Markt, сеть магазинов товаров для детей «Кораблик», стадион ФК «Спартак» - «Открытие Арена», программа «Карта Польза» банка Home Credit Bank, обувная сеть «Эконика», сеть независимых лабораторий «ИНВИТРО», сеть магазинов «Семь+Я», ювелирные магазины «Московский Ювелирный Завод», оператор программ лояльности «Золотая Середина», сеть фрешмаркетов «Брусничка» (Украина), сеть супермаркетов «Седьмой Континент», Miele и другие.

