

Российская дочерняя компания международной сети Douglas привлекает и удерживает клиентов с помощью Manzana Loyalty

Консалтинговая компания Manzana Group, специализирующаяся на автоматизации программ лояльности и обладающая высшей партнерской компетенцией Microsoft – статусом Золотого партнера, завершила проект по внедрению новой системы для управления лояльностью в российской дочерней компании международной сети парфюмерно-косметических магазинов Douglas. Специализированное решение Manzana Loyalty, созданное на основе Microsoft Dynamics CRM, позволило консолидировать информацию о клиентах сети и предоставило обширные возможности для анализа и эффективного управления клиентской базой.

Douglas – это крупнейшая европейская сеть магазинов парфюмерии и косметики, представленная в 25 странах, в том числе в: Германии, Голландии, Австрии, Франции, Италии, Испании, Польше, и с 2003 года, в России. В настоящий момент розничная сеть Douglas в России насчитывает 30 магазинов, которые расположены в лучших торговых центрах Москвы, Волгограда, Казани, Ростова-на-Дону, Челябинска, Омска, Новосибирска, Екатеринбурга и Краснодара.

Для стимулирования своих потребителей компания в течение уже нескольких лет использует программу накопительных скидок. Каждый клиент сети получает пластиковую карту, которая позволяет накапливать информацию о его покупательной активности и дает право на прогрессирующую скидку.

Изначально для обслуживания системы карт в компании использовалось информационное решение собственной разработки. Однако на определенном этапе его возможности перестали соответствовать темпам развития сети. Компания ощутила потребность в более гибком ИТ-инструменте, который позволил бы установить более тесную связь с потребителями, предоставил бы качественно новые возможности для анализа информации и управления маркетинговыми программами.

Руководство сети оказалось перед выбором – инвестировать в глобальную модернизацию существующей системы либо перейти на новое, более актуальное и современное решение, способное динамично развиваться вместе с бизнесом.

Проведенный тендер убедил руководство Douglas в целесообразности второго варианта. Представленное компанией Manzana Group решение Manzana Loyalty, разработанное специально для управления программами лояльности в розничных сетях, предлагало готовый набор эффективных инструментов для управления взаимоотношениями с клиентами. Важным преимуществом, предопределившим выбор в пользу Manzana Loyalty, стал тот факт, что решение разработано на основе Microsoft Dynamics CRM, и его производительность, надежность и масштабируемость, в том числе с точки зрения географической распределенности пользователей решения, гарантируется ведущими технологиями от мирового поставщика программных решений – компании Microsoft.

Компания Manzana Group стала партнером по внедрению не только благодаря тому, что разработанное ею решение Manzana Loyalty отвечало требованиям заказчика. Немаловажную роль сыграл тот факт, что специалисты Manzana Group реализовали десятки проектов по разработке внедрению решений на базе Microsoft Dynamics CRM, в том числе и в международных компаниях с географически распределенной структурой.

«Розничная торговля была и остается зоной особо острой конкурентной борьбы. И выигрывает в ней тот, кто лучше знает и понимает своих покупателей и умеет превратить их в приверженцев сети и постоянных клиентов. Manzana Loyalty разрабатывалась именно как инструмент, помогающий установить особую связь между компанией и ее потребителями. С одной стороны, мы заложили в решение набор лучших практик и стандартных решений в области управления лояльностью, а с другой – наделили его гибкостью, которая делает реальными идеи и программы любой сложности», – считает Олег Паленов, генеральный директор Manzana Group.

Проект по внедрению Manzana Loyalty в ООО «ДугласРиволи» стартовал в середине декабря 2008 года, а уже 3 месяца спустя система была запущена в эксплуатацию. В настоящий момент на решении работают все магазины Douglas. Специалисты Manzana Group реализовали проект в максимально сжатые сроки, учитывая требования заказчика.

«Мы были особенно впечатлены профессионализмом и скоростью работы специалистов Manzana Group при запуске нашего нового решения для программы лояльности. Мы не ожидали, что подобное решение может быть развернуто настолько быстро.» - делится впечатлением о ходе проекта **Ольга Дядицина, Директор по маркетингу ООО «ДугласРиволи»**.

Информация обо всех клиентах сети и их покупках теперь консолидирована в единой базе данных. Любая продажа фиксируется в системе, с детализацией приобретенных товарных позиций.

«Теперь все наши магазины объединены общей информационной средой, которая отражает реальные результаты каждого магазина в части работы с участниками программы лояльности на любой момент времени», – комментирует **Анна Шумилина, Коммерческий директор ООО «ДугласРиволи»**– *«В то же время, механизмы анализа и отчетности, заложенные в Manzana Loyalty, позволяют нам анализировать ситуацию под разными углами – в разрезе магазинов, групп покупателей, спроса на отдельные товарные позиции, эффективности маркетинговых акций»*.

Так, например, каждый магазин может обратиться к полной истории любого своего клиента, увидеть все его покупки, рассмотреть его покупательские предпочтения, оценить отклик на маркетинговые предложения. Для сотрудников центрального офиса настроен целый ряд готовых OLAP-отчетов, позволяющих строить эффективный маркетинг.

В ближайших планах компании – использование заложенных в решение механизмов для обратной связи с клиентами с помощью SMS- и email-рассылок.

«Хороший сервис мы рассматриваем не просто как умение продать, но как способность приятно удивлять клиента, постоянно придумывать что-то новое. Мы рассчитываем, что Manzana Loyalty станет для нас ключом к лучшему пониманию своих покупателей и поможет нам приятно удивлять их еще чаще», – отмечает **Ольга Дядицина, Директор по маркетингу ООО «ДугласРиволи»**.

Информация о компаниях:

Компания ООО «ДугласРиволи» создана в 2003 году как совместное предприятие парфюмерно-косметической сети Rivoli (основанной в 1995 г. в рамках компании ООО «Люкс Холдинг») и немецкой компанией Douglas Holding, крупнейшей сетью парфюмерно-косметических магазинов в Европе. С 2006 года Douglas Holding является единственным владельцем компании ООО «ДугласРиволи». На Российском рынке Douglas, так же как и во всем мире, работает на рынке селективной парфюмерии и косметики. Магазины сети представлены как в Москве так и в других городах России. Каталог продукции, представленной в магазинах Douglas, включает 450 брендов. Среди них мировые бестселлеры и лидеры продаж: CHANEL, DIOR, SHISEIDO, LANCOME, GUERLAIN, Estee Lauder, YSL и другие, а так же эксклюзивные марки, представленные только в «Douglas».

Manzana Group — www.manzanagroup.ru — консалтинговая компания, обладающая статусом Сертифицированного Партнера Microsoft, является стратегическим партнером и эксклюзивным представителем в России и странах СНГ компании Tectura – крупнейшего партнера Microsoft Business Solutions в мире. Компания предлагает своим клиентам спектр решений и продуктов для управления взаимоотношениями с клиентами, управления документооборотом, бизнес-анализа и отчетности, управления предприятием. Специалисты компании являются признанными экспертами отрасли, аккумулировавшими многолетний опыт работы в корпорации Microsoft и других крупнейших российских и международных компаниях.