

«Золотая Середина» и «Совкомбанк» запустили новую программу лояльности на платформе Manzana Loyalty для клиентов сети аптек «Вита»



Одна из крупнейших российских аптечных сетей «Вита» - представлена в 7 регионах России и насчитывает свыше 450 аптек («Вита» и «Доброе Сердце») – совместно с компанией «Золотая Середина» и «Совкомбанком» дала старт новой бонусной программе для своих клиентов. В качестве платформы для программы лояльности компания «Золотая Середина» использовала готовое решение Manzana Loyalty на базе Microsoft Dynamics CRM.

Разработанная дисконтно-бонусная программа лояльности на платформе Manzana Loyalty позволит эффективно управлять лояльностью клиентов и продажами. «Наша сеть является одной из крупнейших сетей в Поволжье и Российской Федерации. У нас большое количество аптек, очень много клиентов. И, естественно, самая необходимая для нас сейчас задача, остро стоящая – управление клиентской лояльностью, управление продажами», – комментирует Светлана Попова, руководитель отдела рекламы и связей с общественностью сети аптек «Вита».

В 2013 году сеть аптек «Вита» занялась активными поисками подрядчика, который смог бы очень быстро и качественно разработать и внедрить проект бонусной программы. Главное условие при поиске поставщика было наличие готовой системы с эффективными инструментами для общения с клиентами. «...нам необходимо было полностью готовое решение по запуску бонусной программы, где мы могли бы сочетать не только начисление бонусов, но и предоставление скидок нашим клиентам. [...] Поэтому мы начали поиск подрядчика...достаточно профессионального, у которого был бы опыт работы на рынке. Мы нашли такого подрядчика. Это компания «Золотая Середина, которая предоставила нам готовое решение, вместе с нами разработала концепцию программы и...с 15 апреля 2014 года эта программа запущена в аптеках «Вита» и «Доброе сердце» города Самары», - рассказывает о выборе поставщика Светлана Попова.

Новая программа лояльности дает команде заказчика массу возможностей для работы со своей клиентской базой:

- проводить четкую сегментацию своих покупателей;
- анализировать их покупательскую активность;
- активно работать с каждым клиентом и делать ему предложения, исходя из его предпочтений;
- специальные карты для пенсионеров. Они позволят владельцам получать законные скидки и, при этом, не брать с собой пенсионные удостоверения.

На разработку бонусной программы аптечной сети «Вита» ушло рекордно малое количество времени. Всего три месяца. При учете того, что перед командой «Золотая Середина» стояла нелегкая по своему характеру задача. «Проект «Вита» - очень интересный проект. Сначала мы думали, во что мы ввязались? Сможем ли мы совместить интересы большого количества сторон: аптечной сети, банка инвестора, собственные интересы, наконец и, самое главное, интересы покупателей, и реализовать то, что запланировала сеть? ... Мы получили удовольствие от того, что



мы справились с этой задачей. Во-первых, всего три месяца – это тот срок, в который мы уложились при запуске программы лояльности. ...Второе – согласований минимум, несмотря на то, что собственники сети вовлеклись в сам процесс создания программы лояльности максимально, вплоть до того, что они сами внимательно следили за созданием дизайна карточки, которую будет получать потребитель», - рассказывает Антон Семенников.

Благодаря интенсивной работе, уже появились первые результаты новой бонусной программы. «Естественно, мы увидели первые результаты. Мы увидели конкретных клиентов, которые совершают у нас покупки в конкретных аптеках, в конкретные дни и часы. В дальнейшем, это нам позволит выстраивать политику продаж более грамотно».

Также начиная с «1» мая 2014г. по «31» августа 2014г. всем клиентам, пришедшим в офис Совкомбанка с картой сети аптек «Вита», при получении Денежного кредита предоставляется Подарок от Банка - подарочная карта с номиналом 500 рублей, действующей в любой аптеки сети «Вита».

Бонусная дисконтная программа для российской сети аптек «Вита» - это еще один успешный проект компании «Золотая Середина». «Компаний много, но здесь важно сочетание нескольких качеств. Безусловно, это...увлеченность продуктом. Второе – это опыт, его никто не отнимал. Опыт команды «Золотая Середина» – более 10 лет. Большинство сотрудников компании работает больше пяти лет и занимается только программами лояльности...Третье - ничего невозможно делать без современного технического инструмента. И у нас он тоже есть», - делится секретом плодотворной работы Антон Семенников.

Информация о компаниях:

ООО ИКБ «Совкомбанк» - www.sovcombank.ru - основан в 1990 году. Генеральная лицензия Банка России №963. На 1.10.2012 г. Совкомбанк занимает 65 место среди крупнейших банков России по размеру чистых активов по данным РБК. Рейтинговая Сеть продаж банка насчитывает более 1500 офисов, расположенных более чем в 30 регионах России.

Аптечная сеть «Вита» - www.vita-samara.ru - была основана 17 февраля 1993 года в г. Самара. Уже сегодня свыше 450 аптек сети «Вита» представлены в 7 регионах России. За многие годы, непрерывно развиваясь, компания обеспечила себе устойчивую репутацию надежного партнера и вошла в первую десятку крупнейших аптечных сетей России. Основная деятельность - реализация лекарственных средств, изделий медицинского назначения и парафармацевтической продукции через аптеки.

ООО «СПК «Золотая Середина» - www.seredina.ru - осуществляет деятельность на рынке программ лояльности с октября 2000 года. Сегодня это одна из немногих российских компаний, разрабатывающих и внедряющих программы лояльности для торговых предприятий всех отраслей рынка. Система «Золотая Середина» имеет 21 представительство и охватывает более 90 городов присутствия. К клиентским сервисам «Золотая Середина» подключены более 3000 компаний, создано около 30 коалиционных программ лояльности. В обращении находится более 1 000 000 карт «Золотая Середина». Ежедневно с картой «Золотая Середина» совершается около 70 000 покупок.

Manzana Group — www.manzanagroup.ru — консалтинговая компания, сертифицированный партнер Microsoft. Компания предлагает спектр решений для управления программами лояльности ([Manzana Loyalty](#)), взаимоотношениями с клиентами ([Microsoft Dynamics CRM](#)) и специализированное решение для управления розничными сетями ([Microsoft Dynamics AX for Retail](#)). Уже сейчас около 500 розничных сетей процессят свои данные в Manzana Loyalty. 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). На протяжении ряда лет удостоена наград Microsoft Dynamics CRM Award. Предоставляя Microsoft Dynamics CRM и Manzana Loyalty клиентам на условиях аренды, Manzana Group была признана лучшим хостинг-партнером Microsoft Dynamics CRM 2011.