

Программа лояльности «Самсон-фарма»

«Мы рады, что выбрали решение Manzana Loyalty» - Самсон Согоян, группа компаний «Самсон»



Компания Manzana Group хорошо известна в профессиональной среде B2C-маркетологов, в том числе и проектами, реализованными для крупнейших аптечных сетей. Отличные результаты, продемонстрированные Manzana Loyalty в этой области, привлекли внимание группы компаний «Самсон», выбравшей это эффективное решение для аптек «Самсон-Фарма» и всех подразделений группы компаний «Самсон». Сегодня это: «Самсон-Фарма», «Самсон Букет», «Самсон Мед», кафе La Ferme и «Самсон Оптика».

Аптечная сеть «Самсон-Фарма» за более чем 24 года своего существования завоевала большую популярность у москвичей и жителей Подмосковья своим богатым ассортиментом и качественным сервисом. В аптеках представлены как самые часто употребляемые, так и редкие медикаменты и парафармацевтическая продукция. В настоящее время «Самсон-Фарма» – это 63 аптеки, расположенные во всех округах столицы, 4 салона оптики, 2 цветочных дома, 1 медицинский центр и кафе. Штат фармацевтического предприятия составляют 600 высокопрофессиональных провизоров и фармацевтов. Это дает возможность покупателям не только приобретать необходимые лекарственные средства, но и получать квалифицированные консультации. Постоянными посетителями аптек «Самсон-Фарма» являются как частные покупатели, так и врачи московских клиник, бригад скорой медицинской помощи. Деятельность «Самсон-Фарма» высоко оценивается профессиональным сообществом – аптечная сеть много раз награждалась премиями фармацевтической отрасли.

Высокие ожидания постоянных покупателей «Самсон-Фарма», привыкших к неизменно высокому уровню обслуживания в аптеках сети, выдвигают новые требования к системе управления лояльностью. Возникла необходимость в более гибкой настройке акций и предложений для покупателей, а также в переходе с дисконтной программы на бонусную – более эффективную и соответствующую тенденциям рынка. Для реализации новых задач было выбрано решение Manzana Loyalty, полностью соответствующее всем предъявленным техническим и функциональным требованиям. На выбор в качестве партнера компании Manzana Group также повлияла ее известность в профессиональной среде, большой положительный опыт внедрения программ лояльности в других крупных аптечных сетях и позитивные отзывы пользователей решений.



«Желание качественных и современных коммуникаций с покупателем подвигло нас перейти на новую программу лояльности, - говорит **Самсон Согоян, основатель группы компаний «Самсон»**, - Программа «СУПЕРСАМСОН» была разработана на базе Microsoft Dynamics CRM лучшим поставщиком подобных решений – компанией Manzana. Надо сказать, что мы ни дня не пожалели о том, что выбрали в качестве наших партнеров именно Manzana, показавшую высокий профессионализм и клиентоориентированность».

В рамках проекта «СУПЕРСАМСОН», компанией Manzana была разработана концепция программы лояльности и внедрена новая технологичная платформа программы. Концепция включила в себя финансово-экономическую модель коалиционной программы лояльности сети аптек и всей группы компаний «Самсон». Были также учтены такие важнейшие компоненты, как конкурентные преимущества, политика коммуникаций с покупателями, механика поощрений, требования к инфраструктуре, набор ключевых показателей для контроля эффективности и успешности работы программы.

Новая система автоматизации программы лояльности обеспечила практически бесшовный переход с дисконтной системы на бонусную. Были реализованы и все другие требования, поставленные в рамках подготовки концепции программы. В том числе настройки различных бонусных акций, формирование и повышение лояльности как старых, так и новых клиентов, увеличение активной клиентской базы и среднего чека. При запуске решения были автоматизированы такие процессы, как регистрация пользователя в программе лояльности, проведение акций, коммуникации с участниками программы лояльности, работа контакт-центра.

Особенностью проекта стало то, что программа лояльности является коалиционной: бонусы предоставляются не только в аптеках, но и еще в четырех подразделениях группы: флористических салонах «Самсон Букет», салонах «Самсон Оптика», медицинском центре «Самсон Мед» и в кафе La Ferme. Кроме того, была проведена автоматизация и интеграция в технологическую платформу программы «СУПЕРСАМСОН» двух самостоятельных дисконтных программ производителя лекарств.

По словам основателя группы компаний **Самсона Согояна**, «нам удалось тиражировать программу лояльности меньше, чем за 2 недели, без остановки работы наших аптек. В результате, теперь мы можем обратиться с персональным предложением к каждому участнику нашей бонусной программы – здесь и сейчас. Результатом внедрения CRM-решения Manzana Loyalty в группе компаний «Самсон» стало повышение лояльности, расширение покупательской корзины, увеличение частоты покупок и переключение на новые товары. Более половины покупок осуществляется с предъявлением карты «СУПЕРСАМСОН», а средний чек участников программы на 58% выше, чем у покупателей без карт. На 5 февраля 2018 года более 574'000 участников «СУПЕРСАМСОН» совершили более 3 500 000 покупок».

«Самсон-Фарма» – один из лидеров фармацевтического рынка, в команде которого работают настоящие профессионалы с очень высокими требованиями: и к себе, и к уровню сервиса, и к нам – как к своим партнерам, и к CRM-системе. Значительный рост базы покупателей и объема покупок участниками программы, успешная интеграция с внешними программами лояльности фармпроизводителей – закономерный результат нашей совместной работы, на который всегда можно рассчитывать» - уверен **Олег Паленов, генеральный директор Manzana Group**.