



## Стадион ФК «Спартак» – «Открытие Арена» – начал использовать Manzana Loyalty и Microsoft Dynamics CRM

Manzana Group обеспечит CRM-поддержку на стадионе «Открытие Арена». Компания предоставила свое собственное решение Manzana Loyalty, которое успешно используется для управления маркетингом и продажами в секторе B2C. Система предлагает готовый набор инструментов для оперативного управления взаимоотношениями с клиентами, а также для интеллектуального маркетингового анализа. Важным преимуществом Manzana Loyalty, которое предопределило выбор партнера для автоматизации стадиона, стал тот факт, что решение разработано на базе широко известной и надежной платформы Microsoft Dynamics CRM.

Официальное открытие домашнего стадиона футбольного клуба «Спартак-Москва» - «Открытие Арены» - состоялось в начале сентября 2014 года. Сейчас он вмещает 42 000 зрителей, а к чемпионату мира по футболу 2018 году вместимость вырастет до 45 000.

На арене реализуется концепция cash-free – зоны, свободной от наличных денег. Это решение было принято с учетом особенности работы футбольных стадионов –продажи на них в основном проходят в течение часа перед началом матчей, а также в перерывах между таймами. Оплата банковскими картами позволяет повысить скорость обслуживания и, соответственно, уровень удовлетворенности клиентов.

На «Открытие Арене» к оплате принимаются карты любых банков, кроме того, банк «Открытие» и ФК «Спартак-Москва» запустили 3 вида карт, разработанных специально для болельщиков клуба и посетителей стадиона. Один из видов – карта болельщика, на которой реализуются абонементы на домашние матчи «Спартак» и которая может быть использована как обычная банковская карта. Болельщикам футбольного клуба «Спартак» при покупке абонемента на новый сезон предлагается заполнить – как в кассах стадиона, так и он-лайн – анкету на выдачу предоплаченной пополняемой карты банка «Открытие».

На сезон 2014-15 на «Открытие Арена» продано более 18 000 абонементов, что превышает продажи прошлых лет и является абсолютным рекордом по продажам абонементов в России.

Для внедрения концепции cash free «Спартак» и банк «Открытие» изучили опыт зарубежных стадионов. Было принято решение максимально автоматизировать взаимодействие всех структур стадиона и объединить их в одну систему. Для обеспечения работы всех подразделений стадиона как единого механизма потребовалось гибкое, высокопроизводительное и надежное решение. Также руководство клуба приняло решение повысить уровень взаимоотношений с болельщиками «Спартак», в том числе и с помощью карты болельщика. Обладатели таких карт получают ряд преимуществ по программе лояльности, которая была запущена в октябре.

Для выполнения поставленных задач Manzana Group предоставила свое собственное решение Manzana Loyalty, которое успешно используется для управления маркетингом и продажами в секторе B2C. Система предлагает готовый набор инструментов для оперативного управления взаимоотношениями с клиентами, а также для интеллектуального маркетингового анализа. Важным преимуществом Manzana Loyalty, которое предопределило выбор партнера для автоматизации стадиона, стал тот факт, что решение разработано на базе широко известной и надежной платформы Microsoft Dynamics CRM.

В ходе проекта была успешно проведена интеграция Manzana Loyalty со всеми основными информационными системами стадиона. Так адресные коммуникации с обладателями карты болельщика будут вестись непосредственно из Manzana Loyalty в результате интеграции с комплексным решением для e-mail- и sms-маркетинга. Для успешной передачи данных по абонементам и билетам была выполнена интеграция Manzana Loyalty с билетной системой. Информация по проходам на стадион из системы контроля доступа также отслеживается в Manzana Loyalty. Из систем магазинов атрибутики и точек питания данные



поступают в Manzana Loyalty. Для отражения информации по банковским картам и учету всех транзакций была организована интеграция Manzana Loyalty с программным обеспечением Банка «Открытие».

«Выбрать CRM-систему и партнера для ее запуска оказалось не такой простой задачей. Мы просмотрели несколько компаний и остановили свой выбор на Manzana Group. Нам показалось, что у специалистов Manzana Group достаточно опыта в сложных проектах, чтобы помочь нам решить наши задачи очень быстро и надежно. И сейчас мы видим, что в своем выборе не ошиблись. Все сделано вовремя и мы готовы к работе с нашим фан-клубом и посетителями «Открытие Арены», – комментирует Наиль Измайлов, вице-президент футбольного клуба «Спартак-Москва».

«Сложная задача, сжатые сроки запуска, интеграция с целым рядом других систем и приложений, массовая обработка данных для сотен тысяч или миллионов клиентов – мы любим такие проекты! Нам в таких случаях помогает большой опыт в проектах с крупными розничными сетями. И, конечно же, – готовый набор всех необходимых инструментов в нашем решении Manzana Loyalty на базе Microsoft Dynamics CRM. Хотелось бы отдельно отметить команду со стороны футбольного клуба «Спартак». Оперативное решение всех вопросов, четкая постановка задач помогли завершить проект по автоматизации стадиона «Открытие Арена» точно в срок», – комментирует Олег Паленов, генеральный директор Manzana Group.

#### **Информация о компании:**

**Футбольный клуб «Спартак»** – [www.spartak.com](http://www.spartak.com) – один из самых популярных российских футбольных клубов. 12-кратный чемпион СССР, 9-кратный чемпион России, 3-кратный обладатель Кубка России, 10-кратный обладатель Кубка СССР, 6-кратный обладатель Кубка чемпионов Содружества, полуфиналист 3-х главных клубных европейских турниров (Кубка чемпионов, Кубка обладателей кубков и Кубка УЕФА). Уже этой осенью футбольный клуб «Спартак» проведет свою домашнюю игру на новом стадионе – «Открытие Арена». Стадион будет вмещать 42 000 зрителей, а к 2018г. вместимость вырастет до 45 000. Отличительной особенностью стадиона будет не только его оформление в традиционных красно-белых цветах «Спартака», но также и современной концепцией cash-free, которая позволит в значительной мере ускорить обслуживание посетителей.

**Банк «Открытие»** – [www.openbank.ru](http://www.openbank.ru) – универсальный коммерческий банк, который предлагает своим клиентам линейку традиционных банковских продуктов, а также инвестиционные, пенсионные и страховые услуги. Банк представлен более чем в 30 регионах России, сеть отделений насчитывает свыше 270 офисов в 112 городах. Он был образован в результате объединения 4 банков под единым брендом «Открытие», в результате он вошел в Топ-30 российских банков по размеру активов. Банку присвоен международный кредитный рейтинг Standard & Poor's – «В» со стабильным прогнозом, а также долгосрочный кредитный рейтинг Fitch на уровне «В», прогноз – «позитивный под наблюдением» (Rating Watch Positive).

**Manzana Group** – [www.manzanagroup.ru](http://www.manzanagroup.ru) – консалтинговая компания, сертифицированный партнер Microsoft. Компания предлагает своим клиентам спектр решений для управления программами лояльности ([Manzana Loyalty](#)), взаимоотношениями с клиентами ([Microsoft Dynamics CRM](#)), управления предприятием ([Microsoft Dynamics AX](#)). 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). На протяжении ряда лет удостоена наград Microsoft Dynamics CRM Award. Manzana Group была признана лучшим хостинг-партнером Microsoft Dynamics CRM 2011. Среди клиентов компании – «ЛУКОЙЛ-Интер-Кард» (программа поощрения сети АЗС ЛУКОЙЛ), Home Credit Bank, коалиционная программа лояльности банка «Финсервис» и сети супермаркетов «Седьмой Континент», парфюмерные магазины Douglas, ювелирные магазины «Московский Ювелирный Завод», корпорация ТНК-BP, оператор программ лояльности «Золотая Середина», Kaspi Bank (Казахстан) и другие.