

«Сочи Клуб» – уникальная Программа лояльности для хоккейного клуба «Сочи» от Manzana Group

Заказчик: ХК «Сочи» – профессиональный хоккейный клуб, выступающий в Континентальной хоккейной лиге. Основан в 2014 году сразу после проведения Зимних Олимпийских игр в городе Сочи.

Цели и задачи проекта: выстроить эффективные маркетинговые коммуникации, повысить вовлеченность поклонников спорта в жизнь клуба, увеличить узнаваемость клуба и посещаемость матчей, разработать официальный сайт клуба, личный кабинет болельщика и интернет-магазин, интегрированные с CRM-системой.

Решение: Manzana Loyalty Sport – CRM-система для управления коммуникациями с болельщиками, СМИ, стюардами, партнерами и спонсорами спортивных организаций и сооружений. В ходе проекта были реализованы следующие задачи:

- внедрена система управления Программой лояльности и автоматизации коммуникаций;
- разработана комплексная концепция Программы лояльности болельщиков, включая операционную, маркетинговую и финансовую модели;
- запущен комплекс сайтов клуба, интегрированных в единую экосистему: официальный сайт, интернет-магазин, личный кабинет болельщика;
- реализован единый центр авторизации всех онлайн-сервисов клуба;
- подключены виртуальные карты лояльности wallet на iOS и Android.

Результаты:

- прирост клиентской базы за первый сезон составил 42,5%;
- доля активных участников Программы лояльности - более 1/3 от всех клиентов в базе;
- более 4 500 000 бонусных баллов начислено за полгода действия Программы

(с августа - по март).

Очевидно, что болельщики влияют на развитие любимых клубов. Присутствие фанатов на трибуне зачастую может изменить ход игры. Большинство спортивных клубов это понимают и целенаправленно выстраивают коммуникации со своей аудиторией. Ведь лояльные болельщики – это еще и статья дохода. Понимая это, руководство хоккейного клуба «Сочи» решило автоматизировать маркетинговые коммуникации и разработать Программу лояльности. Стратегическим партнером в этом проекте стала компания Manzana Group.

«Manzana Loyalty Sport – гибкое, высокопроизводительное и надежное решение для спортивных клубов и стадионов. Оно уже успешно работает в спортивных клубах и на крупнейших стадионах, среди которых ФК «Спартак Москва», ФК «Динамо», ХК «Салават Юлаев» и ХК «Барыс», «ВТБ Арена» и многие другие», – отметил Артур Капитанов, руководитель Manzana Sport.

Manzana Loyalty Sport интегрируется с программным обеспечением, которое используется спортивными клубами и сооружениями: с системами для продажи абонементов и билетов, турникетными системами, системами продаж атрибутики и продуктов питания на стадионах, программным обеспечением контакт-центра, провайдерами SMS и e-mail рассылок, мобильными приложениями и личными кабинетами, а также учетными системами.

«Партнера для реализации своих целей мы выбирали исходя из характеристик системы – насколько функционал соответствует нашим запросам, – и опыта поставщика, а у Manzana Group он более чем убедителен, – комментирует Александр Кременсков, директор по маркетингу и коммуникациям ХК «Сочи». – Основная задача, которую мы решали при выборе платформы автоматизации маркетинга, – внедрение системы управления взаимоотношениями, которая позволит объединить все клиентские сервисы клуба в единую экосистему для наших болельщиков. Ключевым моментом было удобство использования как со стороны бизнеса, так и со стороны клиента: личный кабинет, управление профилем болельщика, понятная механика начисления и списания баллов. Проект был качественно реализован к началу нового хоккейного сезона 2021/22. Уже по ходу сезона проведены маркетинговые интеграции с партнерами клуба. Кроме того, Manzana Group после запуска решения оказывает всестороннюю техническую и бизнес-поддержку и помогает нам своей экспертизой в вопросах развития Программы лояльности болельщиков».

Программа лояльности «Сочи Клуб»

«Сочи Клуб» – это Программа лояльности для болельщиков клуба, разработанная экспертами Manzana Group. Виртуальная карта генерируется в личном кабинете сразу после регистрации на сайте клуба и/или в приложении OSMI. Программа позволяет получать эксклюзивную сувенирную продукцию, значительные скидки при покупке билетов, атрибутики, кэшбэк бонусами за активное участие в жизни клуба. В Программе лояльности пять уровней, которые присваиваются в зависимости от количества посещенных домашних матчей команды. Чем выше уровень, тем больший кэшбэк от покупок начисляется.

Кроме того, для участников Программы лояльности создан каталог впечатлений – это онлайн-магазин уникальных товаров и эксклюзивных услуг от клуба, которые можно приобрести только за бонусные баллы. Также запущен первый в России онлайн-аукцион, в котором за один сезон было разыграно более 10 уникальных лотов. Болельщики могли, например, бесплатно посмотреть игру из комфортабельной ложи, принять участие в церемонии открытия домашних матчей, получить эксклюзивную клубную атрибутику или персональное поздравление от любимого игрока.

«Ценность Программы лояльности для клуба заключается в получении информации о своих болельщиках и их потребностях для выстраивания эффективной маркетинговой деятельности, – рассказывает Александр Кременсков. – Внедрив решение Manzana Loyalty Sport, мы получили полный набор инструментов для интеллектуального маркетингового анализа клиентской базы. Например, мы используем RFM-анализ, сегментацию по дате последней покупки, соцдем-признакам

и географии. Это дает нам возможность выстраивать эффективную систему массовых и целевых коммуникаций. Сегодня мы возлагаем большие надежды на систему управления Программой лояльности как ключевую часть развития клуба».

Интеграция решения с билетной системой «Инфотех», POS магазина атрибутики, сервисом рассылок Devino Telecom, сервисом генерации карт OSMI плюс разработка комплекса новых сайтов клуба, интегрированных с CRM – задачи, решенные в ходе проекта. Следующим важным шагом станет разработка и запуск мобильного приложения для болельщиков ХК «Сочи», в котором будет реализована интеграция с онлайн-сервисами клуба: билетной системой, интернет-магазином, CRM.

«Мы рады, что наш опыт в реализации спортивных проектов и широкий функционал наших решений помогли хоккейному клубу «Сочи» в короткий срок внедрить целый ряд самых современных инструментов в сфере маркетинга и управления лояльностью. Уверены, что «леопардов» ждут не только новые спортивные достижения, но и большие успехи в работе с болельщиками», – отметил Артур Капитанов.