



Программа лояльности для торгового центра премиум-класса: Manzana Group автоматизировала программу привилегий Галереи «Времена года»

Заказчик: Галерея «Времена Го́да» – торговый центр премиального класса и место для комфортного шоппинга для всей семьи. Более 150 модных брендов, среди которых такие знаковые марки, как Chanel, Hermes, Dior, Louis Vuitton, Gucci, Burberry, Bvlgari, Cartier, Stella McCartney, Salvatore Ferragamo, расположены на шести этажах на Кутузовском проспекте. Площадь Галереи «Времена года» составляет 32 000 кв.м., ее занимают бутики, изысканные рестораны, досуговые центры и другие точки притяжения модной столицы.

Цели программы лояльности: Повышение привлекательности торгового центра для арендаторов, изучение интересов и потребностей покупателей, увеличение доходов торгового центра, возможность построения долгосрочных отношений и прямых коммуникаций с клиентами.

Решение: Manzana Loyalty – гибкое решение, обладающее широчайшими возможностями по интеграции и позволяющее получать знания о покупателях из целого ряда систем и сервисов.

- Инструменты Manzana Loyalty позволили эффективно настроить систему под формат торгового центра, осуществить в программе лояльности Галереи «Времена года» целый ряд интеграций CRM-платформы с мобильным приложением, с ФНС, с возможностью сканировать и верифицировать чеки через QR-код, с системой управления паркингом, с коммуникационными каналами.
- Был разработан новый функционал мобильного приложения VREМЕНА GODA, в том числе блок управления контентом (новостями и акциями), который отображается клиенту в мобильном приложении, с широкими возможностями настроек.
- Подключен сервис OSMI Cards для интеграции с кошельками электронных карт программ лояльности на мобильных приложениях.
- Разработана система маркетинговых коммуникаций.
- Использованы аналитические инструменты решения Manzana Loyalty.

Срок реализации: 4 месяца.

Торговые центры в большинстве случаев практически не взаимодействуют напрямую с клиентами, не очень много знают о своих посетителях и их покупательском поведении. Торговые центры премиум-сегмента, такие как Галерея «Времена года», обладают еще и дополнительной спецификой – у них большие чеки и более искушенные клиенты, привыкшие к высокому уровню сервиса. Кроме того, трафик в таких торговых центрах ниже, чем в моллах, ориентированных на масс-маркет. Но премиальная аудитория также ценит внимание, активно реагирует на персональный подход и специальные предложения, открыта к общению, если ее заинтересовать.

Поэтому Галереей «Времена года» было принято решение сделать полноценную программу лояльности для того, чтобы напрямую взаимодействовать со своими требовательными клиентами. Но при автоматизации программы лояльности столкнулись с тем, что платформы для ритейла, которые присутствуют на рынке, не подходят в должной мере для торговых центров. Был нужен партнер, который качественно и быстро кастомизирует платформу под цели и структуру торгового центра. Эта задача не так проста, как может показаться на первый взгляд, и ее кажущаяся легкость вводила в заблуждение поставщиков CRM-решений - предшественников Manzana Group. Для того, чтобы эффективно интегрировать CRM-платформу с сервисом ФНС, паркингом, мобильным приложением и другими системами Галереи «Времена года», был необходим грамотный и опытный единый подрядчик, который сможет контролировать все интеграции, видеть полную картину и нести ответственность за работу всей программы в целом.



С этой задачей успешно и в короткие сроки справилась команда Manzana Group, обладающая самым большим опытом на российском рынке в части автоматизации программ лояльности и масштабных интеграций различных систем со своей платформой.

«Сервис, который предоставляет Manzana Group, в полной мере соответствует высоким запросам и премиальному сегменту, в котором работает наша Галерея «Времена года». Особенно хочу отметить, что Manzana Group значительно выигрывает в технической стабильности у конкурентов: команда всегда на связи, готова отреагировать на любую обратную связь, быстро и четко решает любые вопросы, соблюдает сроки, предлагает неизменно качественный уровень реализации и сопровождения», – **Евгения Аксентьева, менеджер по маркетингу Галереи «Времена года».**

О программе привилегий Галереи «Времена года»:

На основе опыта общения с клиентами в ТЦ была создана программа привилегий, состоящая из четырех уровней – «Весна», «Лето», «Осень» и «Зима». «Весна» является стартовой картой и в зависимости от размера накопленной суммы покупок клиент повышает свой статус: за покупки от 300 000 рублей, сделанных в течение года, выдается карта «Лето», от миллиона рублей – карта «Осень» и от 3 миллионов рублей выдается карта самого высокого статуса – «Зима». С повышением статуса растут и привилегии – повышается размер поощрений в магазинах, ресторанах и досуговых центрах, клиенту становятся доступны эксклюзивные услуги, такие как комплиментарный персональный шопинг или специальные условия для паркинга. В зависимости от уровня карты привилегий клиент получает подарки и приглашения на закрытые мероприятия.

Вступить в программу лояльности и начать использовать накопительную карту клиент может как самостоятельно, установив мобильное приложение Vremena Goda на свой телефон, так и получив карту программы при заполнении анкеты на стойке информации Галереи «Времена года». Механика накопления на карте достаточно проста: клиент либо регистрирует покупки на стойке ресепшн торгового центра при помощи менеджера программы привилегий, либо сам сканирует чек через мобильное приложение. К зачету принимаются все чеки от покупок, сделанные в Галерее «Времена года», включая рестораны и сервисы.

В ряду уникальных интеграций, произведенных Manzana Group в рамках этого проекта, можно выделить интеграцию с сервисом «НДС плюс», которая позволяет проверять в налоговой системе ФНС чеки, отсканированные клиентами при помощи QR-кода в мобильном приложении VREMENA GODA. Таким образом, перед тем, как добавить сумму чека к накоплениям клиента в системе, можно получить дополнительные данные по позициям чека, убедиться, что он проведен в этом торговом центре и соответствует всем требуемым программой условиям.

Новый блок управления новостями и акциями дает возможность управлять контентом, который отображается клиенту в мобильном приложении VREMENA GODA. В системе можно создать промо-новость, настроить ее и определить, для какой категории клиентов она предназначена, выбрать тип новости – мероприятие, персональная скидка или другие привилегии, загрузить фото и видео контент. После чего информация отразится в мобильных приложениях клиентов соответствующего уровня привилегий, и клиент, к примеру, сможет самостоятельно зарегистрироваться на мероприятие, если оно его заинтересует.

В ближайших планах – дальнейшее развитие программы лояльности Галереи «Времена года» на платформе Manzana Loyalty: расширение интеграции с паркингом для обеспечения новых сервисов для посетителей, дальнейшее расширение функционала мобильного приложения, в том числе возможности использования его как рекламного инструмента – добавление демонстрации рекламы в новом формате Stories.