

## «ЛУКОЙЛ-Интер-Кард» мотивирует покупателей в Санкт-Петербурге с помощью Manzana Loyalty

[Manzana Group](#) завершила пилотный проект по автоматизации [Программы поощрения клиентов](#) сети автозаправочных станций [ЛУКОЙЛ в Санкт-Петербурге](#). Внедренная Программа позволит постоянным клиентам компании [ЛУКОЙЛ](#) заправляться на более выгодных условиях.

Компания [«ЛУКОЙЛ-Интер-Кард»](#) обслуживает крупнейшую федеральную сеть автозаправочных станций, обеспечивая функционирование и развитие системы учета отпуска нефтепродуктов, сопутствующих товаров и услуг на АЗС.

Предпосылкой для проекта послужило решение компании перейти с, традиционной, используемой в настоящее время, дисконтной программы стимулирования потребителей на новую, более эффективную [Программу поощрения постоянных покупателей](#). Концепция новой [Программы](#) основывается на системе материального поощрения покупательской активности за счет накопления баллов: участники Программы – клиенты АЗС при каждой заправке накапливают баллы, которые в дальнейшем обмениваются на подарочные сертификаты. Подарочные сертификаты дают участникам Программы возможность заправляться на АЗС [ЛУКОЙЛ](#) с существенной скидкой (19,99%).

Для реализации новой [Программы поощрения](#) компании требовалась гибкая, высокопроизводительная и надежная система. При этом ключевым требованием была скорость внедрения – новая [Программа поощрения](#) должна была заработать уже через два месяца после начала проекта. Наличие у [Manzana Group](#) специализированного решения для автоматизации [программ лояльности Manzana Loyalty](#), построенного на высокотехнологичной платформе [Microsoft](#), а также готовность компании гарантировать результат в такие жесткие сроки, предопределили выбор партнера по внедрению.

«Сейчас, по результатам проекта, мы можем сказать, что довольны выбором [Manzana Group](#) в качестве партнера по автоматизации нашей [Программы поощрения](#). Команда проекта показала очень хорошее знание предметной области и способность быстро решить сложные задачи», – делится впечатлением о ходе проекта Михаил Мясников, Руководитель отдела лояльности [«ЛУКОЙЛ-Интер-Кард»](#).

Пилотный проект по внедрению [Manzana Loyalty](#) стартовал в ноябре 2008 года, а уже в январе 2009 система была полностью готова к расчету бонусов. В настоящий момент системой обслуживаются АЗС, расположенные в северо-западном регионе РФ. В системе ведется единая база данных всех участников [Программы поощрения](#), выполняется набор правил по начислению и учету бонусных баллов для каждого участника в зависимости от его покупательской активности и выпуску подарочных сертификатов.

«Окончательные итоги подводить еще рано, но уже сейчас можно сказать, что наши потребители положительно отреагировали на внедрение новой [Программы поощрения](#) – набор участников Программы идет очень активно», – считает Михаил Мясников.

Решение [Manzana Loyalty](#) разработано на базе [Microsoft Dynamics CRM](#) специально для средних и крупных ритейлеров, а также сектора финансовых услуг, заинтересованных в расширении и

удержании клиентской базы за счет персонифицированной работы с покупателями и различных видов поощрения потребительской активности.

«Мы высоко оцениваем технологичность и функциональность решения [Manzana Loyalty](#), реализованного на платформе [Microsoft](#) и системе [Microsoft Dynamics CRM](#). У этого решения большие перспективы. Особенно сейчас, когда привлечение и удержание клиентов особенно актуально для каждой розничной сети», – выражает экспертное мнение Евгений Голод, старший менеджер проектов Dynamics российского подразделения [Microsoft Consulting Services](#).

Одним из факторов, повлиявших на выбор решения, стал тот факт, что [Manzana Loyalty](#), в отличие от ряда аналогичных систем, предоставляет клиенту свободу выбора – решение может быть не только взято в аренду, но и установлено непосредственно на оборудовании приобретающей его компании.

«Клиентская база – один из ключевых активов для любой компании. Мы понимаем заказчиков, которые – как в случае с [«ЛУКОЙЛ-Интер-Кард»](#) – предпочитают иметь полный контроль над своей базой клиентов и стараются минимизировать привлечение сторонних провайдеров. Такой подход предъявляет ряд требований – от наличия оборудования до высокого уровня квалификации специалистов по управлению Программой. Тем же компаниям, которые хотят получить быстрый первый результат с минимальными инвестициями, мы предлагаем вариант аренды готового решения и сопутствующих услуг с возможным, в будущем, переносом приложения в офис заказчика» – отмечает Юрий Вронский, директор по развитию бизнеса [Manzana Group](#).

Главный эффект от внедрения заключается в том, что в результате более ценного с точки зрения потребителей предложения, наблюдается рост покупательской активности. Далее планируется расширить сферу использования решения, как с функциональной точки зрения – введя в действие удобную систему SMS-оповещений для участников [Программы](#), интеграцию с рядом бизнес-приложений и использование ряда других возможностей [Manzana Loyalty](#) – так и с точки зрения географии внедрения программы в других регионах России, ближнего и дальнего зарубежья, обслуживаемых [«ЛУКОЙЛ-Интер-Кард»](#).

#### Информация о компаниях:

**ОАО «ЛУКОЙЛ-Интер-Кард»** - [www.licard.ru](http://www.licard.ru) - лидер на рынке топливных карт России и стран СНГ. Компания под брендом ЛИКАРД работает на рынке уже 10 лет, обслуживая более 3200 АЗС в 72 регионах России, а также на территории Украины, Азербайджана, Белоруссии, Польши, Эстонии, Латвии, Литвы, Финляндии. На данный момент «ЛУКОЙЛ-Интер-Кард» объединяет 160 региональных офисов обслуживания, выпущено свыше 275 тысяч топливных карт и 1,5 миллиона карт лояльности в обращении. Число клиентов компании – предприятий и физических лиц – достигает 50 тысяч.

**Manzana Group** – [www.manzanagroup.ru](http://www.manzanagroup.ru) – консалтинговая компания, обладающая высшим партнерским статусом партнерской программы Microsoft, Золотого Сертифицированного Партнера Microsoft, является эксклюзивным представителем в России и других странах СНГ корпорации Tectura – крупнейшего партнера Microsoft Business Solutions в мире. Компания предлагает своим клиентам спектр решений и продуктов для управления взаимоотношениями с клиентами, управления предприятием, управления документооборотом, бизнес-анализа и отчетности. Специалисты компании являются экспертами отрасли, аккумулировавшими многолетний опыт работы в корпорациях Navision и Microsoft, крупных российских и международных компаниях.

Для получения дополнительной информации о программном продукте [Manzana Loyalty](#) и деятельности компании [Manzana Group](#), обращайтесь к Юлии Мурашовой, менеджеру по маркетингу по телефону +7 495 921 0838 или электронной почте [yulm@manzanagroup.ru](mailto:yulm@manzanagroup.ru).