



Программа лояльности клиник МЕДСИ на базе решения Manzana Loyalty

Крупнейшая российская частная сеть медицинских клиник МЕДСИ, в рамках постоянного совершенствования работы с пациентами, запустила программу лояльности #НаЗдоровье.

МЕДСИ — ведущая федеральная медицинская сеть, оказывающая полный спектр медицинских услуг в Москве и других регионах России, формирует модель оказания медицинской помощи и сервиса в центре которой находится пациент. Одним из эффективных инструментов достижения этой цели стала программа лояльности МЕДСИ #НаЗдоровье, созданная при использовании решения Manzana Loyalty от Manzana Group.

Чтобы проявить еще больше заботы и внимания к нашим пациентам, сделать приобретение услуг более выгодным, мы запустили программу лояльности #НаЗдоровье. Мы рассчитываем, что целевая работа с каждым пациентом приведет к повышению лояльности и сделает наши услуги более доступными.

Алла Канунникова

директор по коммерческой деятельности и маркетингу МЕДСИ



Программа лояльности #НаЗдоровье, построенная на CRM-решении Manzana Loyalty, позволяет копить бонусы при оплате услуг в клиниках МЕДСИ и расплачиваться накопленными на счете бонусами. Вступить в программу очень просто: достаточно предоставить согласие на вступление в любой клинике медицинской сети. Программа дает возможность оплаты бонусами до 100% стоимости услуг, предлагает приветственные бонусы при вступлении и на день рождения, предоставляет персональные предложения и гарантирует участие в специальных акциях с повышенным начислением бонусов. Участникам программы лояльности с первой покупки начисляются бонусы в размере от 5% до 20% (зависит от категории пациента) при оплате услуг в клиниках «Медси». Далее пациенты могут расплачиваться накопленными бонусами за последующие услуги из расчета 1 бонус — 1 рубль, ими можно оплатить полную стоимость услуги. Следить за балансом бонусов, акциями и предложениями можно самостоятельно в приложении SmartMed или в «Личном кабинете» на сайте medsi.ru.



Такие лидеры рынка, как МЕДСИ, задают стандарты работы с клиентами и по этой причине крайне требовательны к используемым технологиям. Выбор Manzana Loyalty для автоматизации программы лояльности сети клиник — показатель тех возможностей, которые наше CRM-решение дает маркетингу для целевой работы с клиентами. Мы аккумулировали 12-летний опыт работы на различных B2C-рынках, чтобы предоставлять нашим пользователям максимальный набор готовых инструментов управления программой лояльности, что называется, «из коробки». И при этом быть уверенными в производительности решения

Олег Паленов

генеральный директор Manzana Group



У Manzana Group накоплен большой опыт сотрудничества с фармацевтическими и медицинскими учреждениями. Среди клиентов компании — крупнейшие сети московских и региональных аптек, сети медицинских лабораторий и клиник. Это позволяет учитывать все нюансы программ лояльности, направленных на успешную работу с пациентами, улучшение обратной связи с клиниками и аптеками, повышение качества жизни клиентов и эффективности работы компаний.