

«585*ЗОЛОТОЙ» внедрил «умную» программу лояльности

Сеть «585*ЗОЛОТОЙ» подключила программу лояльности к интеллектуальной платформе, чтобы сегментировать маркетинговые предложения и персонифицировать коммуникации с клиентами. Эффективность акций выросла до 30%, скорость запуска сократилась в 5 раз. Это стало возможным благодаря использованию платформы компании Manzana Group.

Если раньше скидки были одинаковыми для всех, то сейчас сеть «585*ЗОЛОТОЙ» сегментирует маркетинговые предложения в зависимости от истории покупок каждого клиента: суммы среднего чека, времени со дня последней покупки, товарных предпочтений. Благодаря этому стало возможным формировать для каждого сегмента клиентов свою промоакцию с индивидуальными условиями. Предложения стали адресными, а значит – более актуальными и полезными для покупателей.

Платформа дает полномасштабные возможности коммуникации от момента первого касания и позволяет реализовать омниканальный подход к каждому клиенту. «585*ЗОЛОТОЙ» подключает возможность настройки коммуникаций на узкие группы клиентов. Это позволит также через персонализацию мотивировать покупателей на целевые действия, настраивать триггерные коммуникации и проводить каскадные акции любого масштаба через мобильные push-уведомления, емейл-маркетинг и смс-сообщения.

*«Одна из основных стратегических задач компании – повышение лояльности покупателей и индекса NPS через персонализированный подход. «585*ЗОЛОТОЙ» сегодня – это 17 миллионов клиентов и более 1000 магазинов в 420 городах страны. При таких масштабах персонализация требует продвинутого IT-инструментария. Перевод программы лояльности на интеллектуальную IT-платформу обеспечит нам рост выручки в 2023 году»,* - рассказал **Андрей Шляев, директор по маркетингу и организации розничных продаж сети «585*ЗОЛОТОЙ».**

Ранее акции, скидки, бонусы и специальные предложения программировались вручную специалистами двух подразделений – департаментов маркетинга и IT. Теперь часть процессов стала роботизирована. Маркетолог самостоятельно принимает решение о «включении» новой акции в интерфейс всего одной программы, что отвечает запросам политики быстрых изменений компании. В условиях турбулентности это решение позволит быстрее реагировать на колебания спроса.

*«Умная программа лояльности позволяет формировать у покупателя правильные эмоции. Она помогает не только стимулировать покупательскую активность, но и транслировать во внешний мир индивидуальные ценности бренда для каждой целевой аудитории, – отметил **Олег Паленов, генеральный директор Manzana Group.** – Интеллектуальная платформа лояльности Manzana обеспечивает реализацию этих возможностей, позволяя фактически вести персональную работу с каждым из миллионов покупателей. В её создание вложен 15-ти летний опыт сотрудничества Manzana Group с*

ювелирными брендами и десятками ритейлеров, и мы продолжаем развивать и совершенствовать нашу MarTech платформу”.

О компании «585*ЗОЛОТОЙ»

Первый ювелирный магазин «585*ЗОЛОТОЙ» был открыт в Санкт-Петербурге в 2000 году. Сегодня компания занимает ведущую позицию на ювелирном рынке России и объединяет более 1000 объектов в 420 городах, 400 магазинов работает по франшизе в России, Казахстане и Молдове, это количество растет каждый месяц. Лауреат профессиональных ювелирных, товарных премий за социальные и маркетинговые проекты, внедрение инновационных технологий. Летом 2022-го ювелирной сети «585*ЗОЛОТОЙ» исполнилось 22 года.

О компании Manzana Group

Manzana Group является российским разработчиком лидирующего в РФ ИТ-решения для автоматизации программ лояльности – интеллектуальной платформы лояльности Manzana. С 2006 года Manzana Group предоставляет своим клиентам широкий спектр услуг высокого качества, способствуя достижению ими большей прибыльности и эффективности бизнеса за счет внедрения программ лояльности: увеличение среднего чека, увеличение частоты покупок, уменьшения затрат на маркетинг посредством внедрения целевого и персонального маркетинга.