



Haier

Концерн Haier совершенствует свою программу лояльности на платформе Manzana

Платформа Manzana позволяет компании Haier непрерывно модернизировать программу лояльности и повышать эффективность взаимодействия с клиентами.

Haier – один из ведущих производителей бытовой техники в мире, глобальная корпорация с производственными площадками и научно-исследовательскими центрами в Европе, Северной Америке, Азии, на Ближнем Востоке и в Африке. В настоящее время компания выпускает более 15000 моделей стиральных машин, холодильников, телевизоров, кондиционеров и других электроприборов, которые пользователи по всему миру приобретают для дома. Haier завоевал не только 9 престижных наград и премий в своей области, но и признание покупателей, в том числе и на российском рынке, на который компания пришла в 2007 году.

В основе глобального успеха Haier – стремление быть ближе к покупателю: на этом принципе уже много лет строится работа международного концерна. Поэтому программа лояльности стала важным и действенным инструментом качественного взаимодействия компании с клиентами. Совершенствоваться в этом направлении **haieronline.ru** помогает адаптивная и постоянно дополняемая современным функционалом **платформа Manzana**, на базе которой компания успешно развивает свою программу лояльности. Переход на новую версию решения Manzana Loyalty Online и начало использования сервиса Manzana Campaign открыло перед Haier новые возможности для еще более эффективных коммуникаций с покупателями.

Manzana Loyalty Online – наиболее популярное на сегодняшний день решение для управления программами лояльности у российских ритейлеров, активно используемое и haieronline.ru. Учитывая большое количество интеграций на проекте Haier, было особенно важно провести переход на обновленную версию Manzana Loyalty Online максимально «бесшовно», как для работы систем компании, так и для участников программы. В связи с этим, в процессе подготовки проводилось всестороннее интеграционное тестирование. Несомненными преимуществами новой версии стали расширенный функционал интернет-заказов, более гибкая настройка правил поощрений покупателей, наличие качественной аналитики **Manzana Customer Data Platform** и другие необходимые опции. Модернизированное решение Manzana Loyalty Online предоставляет Haier новый функционал с возможностью дальнейших регулярных обновлений.



Haier

Внедрение решения **Manzana Campaign** значительно автоматизировало маркетинговое взаимодействие и персональную работу с клиентами. Увеличился потенциал акционных механик и реагирования на действия пользователя в рамках маркетинговой акции, упростилась и стала более результативной настройка триггерных кампаний и каскадных коммуникаций. Были улучшены welcome-процессы, регистрация клиентов и работа с брошенными действиями. Прямая связь между **Manzana Campaign** и **Manzana Loyalty Online** дала возможность персонализировать не только коммуникации, но и запускать персональные акции для конкретных сегментов.

Обновления осуществлялись в сотрудничестве с партнером компании **Manzana Group** – агентством CRM-маркетинга **Out of Cloud**, которое помогает Haier решать ежедневные задачи взаимодействия с клиентами. Такое эффективное сочетание функциональной платформы **Manzana**, большого опыта работы с CRM-системами агентства **Out of Cloud**, высокого качества продукции и сервиса Haier определяет формулу успеха маркетинга компании Haier. Что подтверждает и **Антон Самутин, CEO Out of Cloud**: «Коллеги из **haieronline.ru** видят в CRM-маркетинге большой потенциал для своей компании и используют для развития в этой области интеллектуальную платформу **Manzana**, обладающую всеми необходимыми функциями. Мы успешно сотрудничаем с Haier и **Manzana Group** не первый год и регулярно обновляем CRM-стратегию: тестируем новые гипотезы и запускаем соответствующие механики для работы с клиентами. Это уже позволило Haier в семь раз увеличить выручку, получаемую от email-канала, в два раза увеличить конверсию сбора новых подписчиков и значительно нарастить количество пользователей, приходящих за повторными покупками».