



MLM

Подход к автоматизации программ лояльности на базе Masterdata Loyalty Management

Overview

Ноябрь, 2020



О РЕШЕНИИ MASTERDATA LOYALTY MANAGEMENT

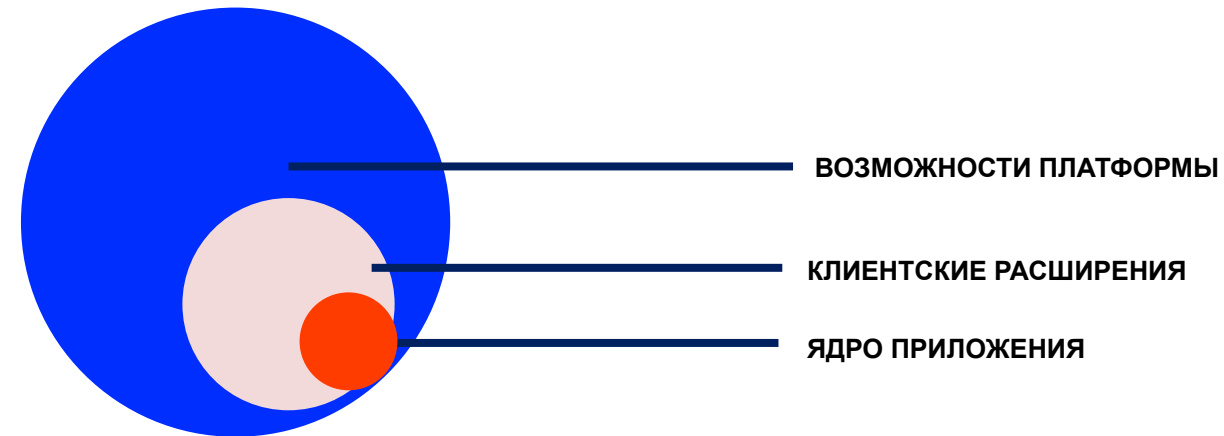
MLM: кратко о решении

MASTERDATA LOYALTY MANAGEMENT — это решение, которое помогает бизнесу строить и управлять программами лояльности и настраивать промо-правила, а так же управлять вознаграждениями.

Ключевая функциональность

- Управление участиями и участниками программы лояльности
- Омниканальная регистрация в ПЛ
- Централизация управления программой лояльности
- Персонализации выдачи баллов и скидок
- Повышение уровня вовлечения в программу лояльности
- Геймификация программы лояльности и промо

Подход к доработкам и расширениям



Принципы и драйверы



Expertise is the driver

Expert-sales and implementation projects drives customer's trust

Solution flexibility

We don't create boundaries and restrictions, we solve them

Enterprise-level

High-load tolerance allows us to solve enterprise business challenges



SAP Qualified Partner-Packaged Solution

Certificate of Qualification

SAP® Qualified
Partner-Packaged Solution

SAP hereby confirms that the packaged solution from
Masterdata OOO

named
Digital loyalty and marketing platform

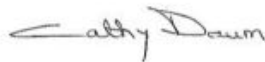
that addresses the specific marketing business needs of companies in Russia, has been reviewed and qualified as an **SAP-qualified partner-packaged solution for SAP® Customer Experience® solutions.**

This solution is deployed based on a predefined scope, leveraging the use of preconfiguration, accelerators, methodologies, and tailored partner services to help customers run simple and realize a rapid time-to-value with reduced risk and a predictable outcome.

Date Issued: *September 15, 2020*
Qualification Expiration: *September 15, 2022*



Vincent Ruty
Vice President
Partner Solution Centers
Global Partner Organization



Cathy Daum
Senior Vice President
Cloud Sales and Solutions
Global Partner Organization

SAP Certified Solution



Certificate SAP INTEGRATION CERTIFICATION

SAP SE

hereby confirms that

the interface software for the product **Masterdata Loyalty Management 1.5**
of the company **MASTERDATA OOO**

has been certified for integration with SAP Marketing Cloud via the SAP integration scenario based on an ICC Integration Assessment for SAP Cloud Solutions.

This certificate confirms the technical compliance of Masterdata Loyalty Management 1.5 with SAP certification procedures.

The certification test is documented in report no. 16232 and expires on 15 July 2021

SAP Test System: SAP Marketing Cloud

The certification is listed on the SAP Certified Solutions Directory: www.sap.com/csd

Certified Functions:

- Integration with SAP Marketing Cloud
- Application running on SAP Cloud Platform
- Integration test for the functional use cases
 - Loyalty member registration
 - Loyalty member update
 - Bonus point account data update
 - Mass bonus point accrual
 - Target group transfer

Parvathy S
SAP Labs India - Bangalore, 15 July 2020

SAP® Certified
Integration with SAP Customer
Experience Solutions

THE BEST RUN 

Установка на Облачные платформы

Открытые API

Быстрая интеграция

Неограниченный ландшафт для
разработки микросервисов

Доступ в SAP Store

Бесплатные и пробные версии
сертифицированных разработчиков



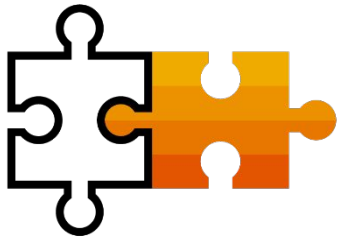
Модель «Подписка»

Современный UI

Простота масштабирования



Основные функциональные блоки



БОНУСНЫЕ БАЛЛЫ

Настройка правил начисления и списания, правил использования и конвертации баллов, сгорание, ручные начисления и многое другое



ПРОМО

BOGO, скидки на продукты, категории и наборы, состава чека



ВОЗНАГРАЖДЕНИЯ

Купоны, подарочные сертификаты, беджи и фишки

4 шага запуска промо-акции



1) PLAN — PROMOTION CALENDAR

Plan loyalty programs activities with CT Loyalty promotion calendar. Take a helicopter view of all promos and bonus rules to make a right decision in your loyalty program. Ability to sort and filter rules gives users clear picture of your next steps

2) SET — RULE BUILDER

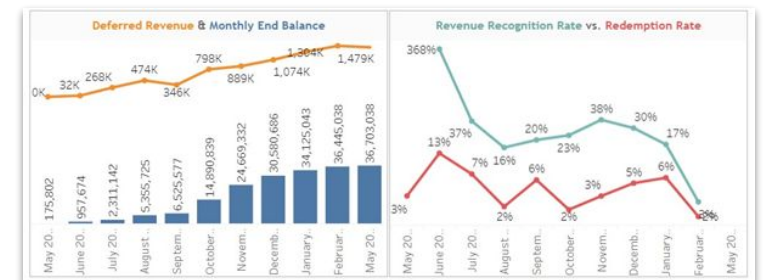
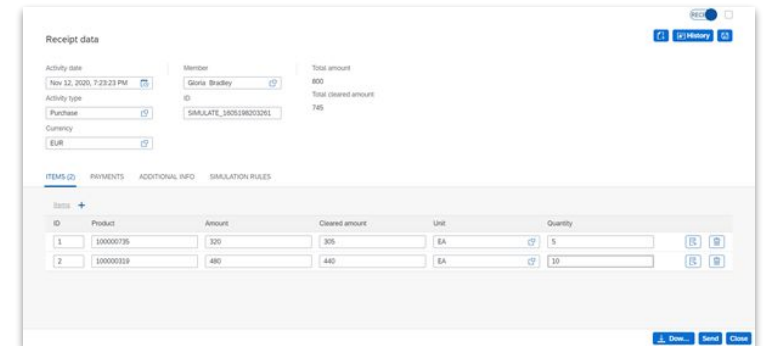
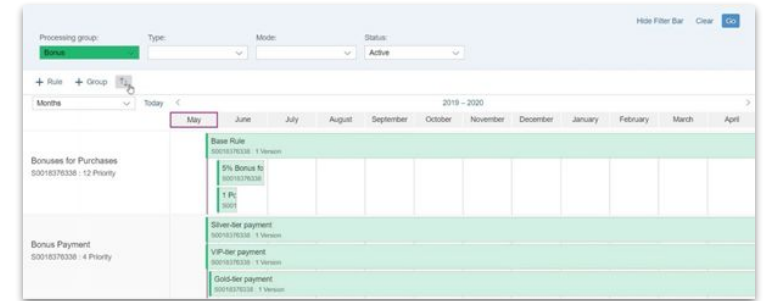
Take an advantage of user-friendly rule calendar. Use math function, comparison operators, dynamic attributes, counters, and logical operators to create *right* rule condition. Prioritize promos. In the rule's result, you can not only provide a discount or bonus points, but also assign personal coupon, certificate, or badge

3) TEST & RELEASE — RULE SIMULATION

Make sure everything works exactly how you planned with rule simulation tool, which allows you to create a user activity and test it before you go to production. Rule simulation tool clarifies, how many bonuses will be accumulated when a real customer will make a purchase

4) ANALYZE — DASHBOARDS & ANALYTICS

Make sure everything works exactly how you planned with rule simulation tool, which allows you to create a user activity and test it before you go to production. Rule simulation tool clarifies, how many bonuses will be accumulated when a real customer will make a purchase



МЕТОДОЛОГИЯ



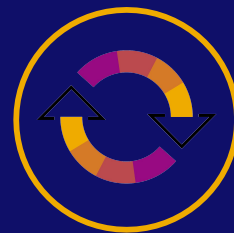
ИМПОРТ

Миграция файловым импортом или через API



ДОКУМЕНТАЦИЯ

Инструкции, гайды, обучающие материалы, описание архитектуры и примеры запросов к API



ИНТЕГРАЦИЯ

Быстрая интеграция с помощью готовых API



ПОДДЕРЖКА

Обучение, обучающие материалы, инструкции и обработка обращений пользователей

Ценность для портфолио ИТ-решений

- РЕШЕНИЯ МАСТЕРДАТА
 - РЕШЕНИЯ SAP
 - ПРАКТИКИ СОБСТВЕННОЙ РАЗРАБОТКИ
- ФРОНТ-ОФИС**

Маркетинг

- Единый профиль клиента
- Микросегментация
- Customer Journeys
- Оптиканальные коммуникации
- Рекомендации

Лояльность

- Участия и участники в ПЛ
- Управление правилами лояльности
- Бонусы, скидки, вознаграждения
- Карты, сертификаты, купоны
- Персональные предложения

E-commerce

- Построение интернет-магазина
- Маркетплейсы
- Мобильные приложения
- Чат-боты
- Доставка

Сервис

- Рабочее место оператора
- Роботизированный обзвон*
- Обращения и обслуживание

Клиент

- Регистрация, авторизация
- Безопасность клиентских данных
- Профиль клиента нескольких брендов

Опыт

- Сбор качественных данных
- Представление опыта взаимодействия клиентов с брендом

БЭК-ОФИС

Расширения и интеграция

Машинное обучение

Разработка микросервисов

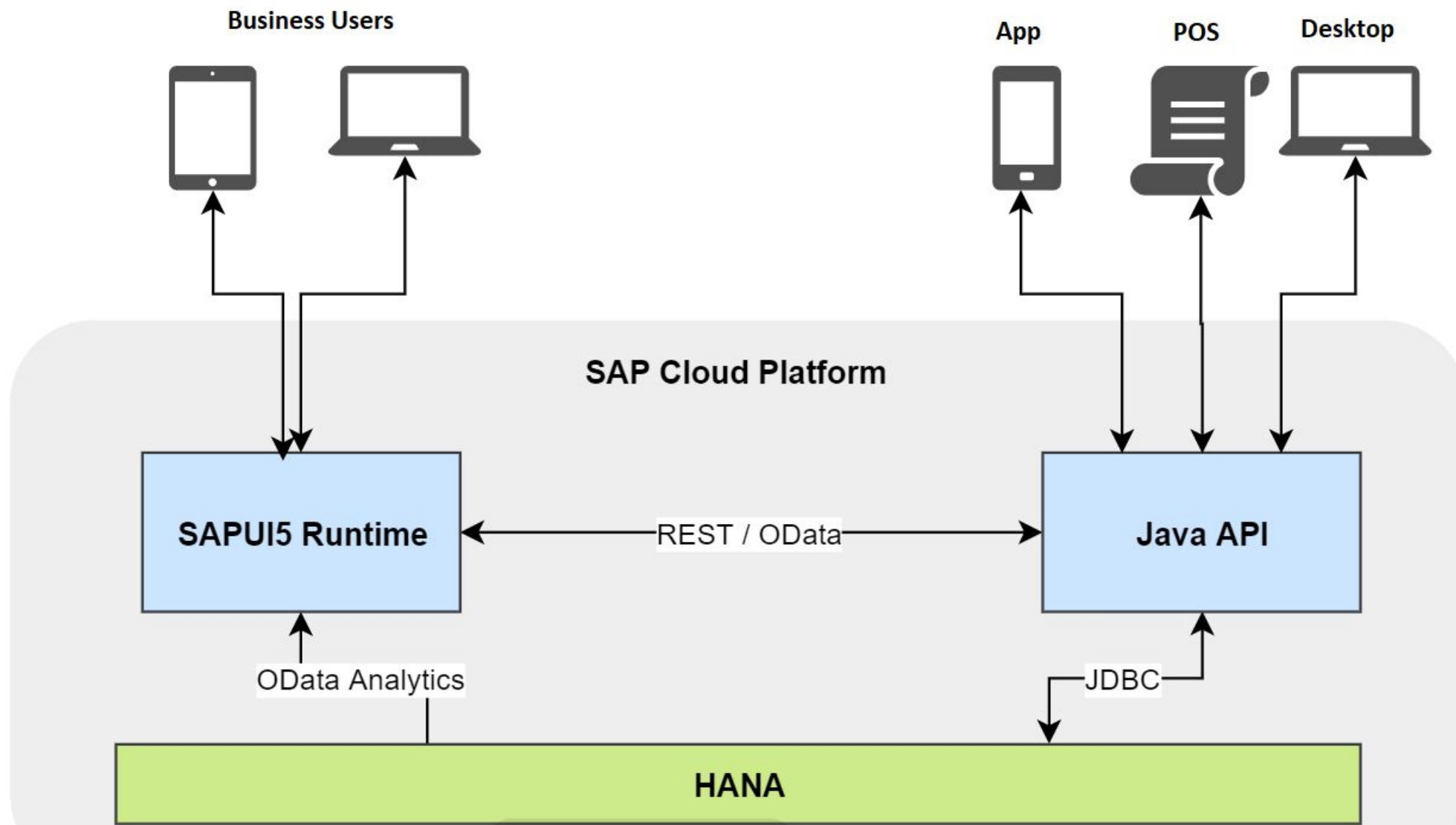
Данные и аналитика

Интеграция

ERP

BPM

Верхнеуровневая архитектура приложения





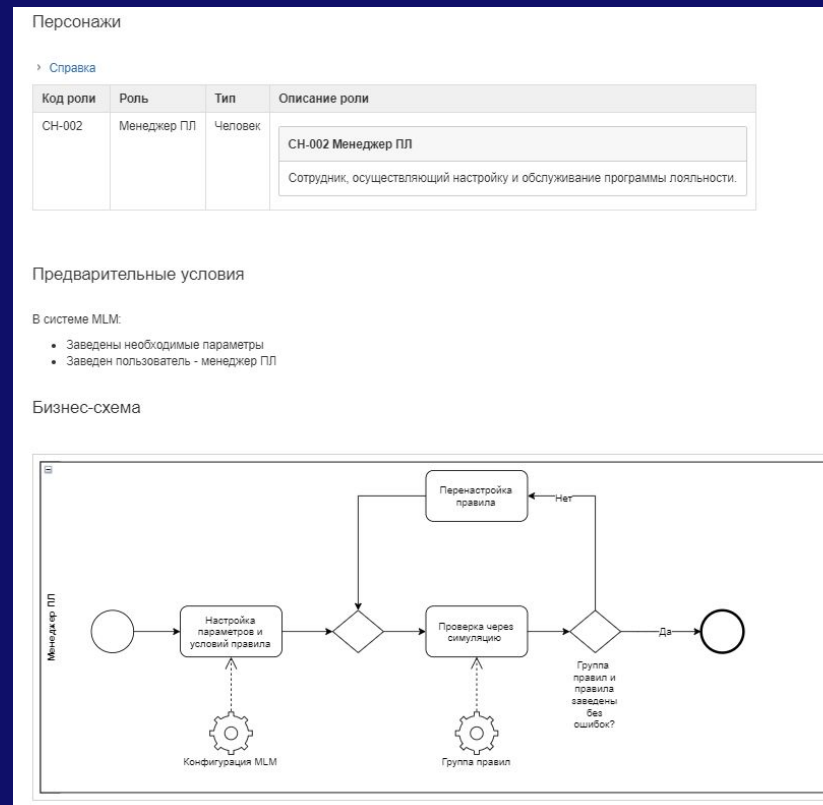
СЦЕНАРИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Ключевые USER STORY

1. Регистрация в программе
2. Эмиссия карт лояльности
3. Предоставление данных участника ПЛ в канал
4. Изменение данных участника ПЛ
5. Замена или блокировка карты участника
6. Истечение срока действия карты
7. Разблокировка карты участника
8. Настройка группы правил
9. Настройка правила
10. Ведение продуктового каталога
11. Создание нового продукта в системе
12. Ведение акционных списков



masterdata



Примеры настраиваемых промо-механик



Buy one – Get one

Увеличение оборота,
привлечение клиентов

Наборы и комплекты

Увеличение
маржинальности

Персонализация цен

Увеличение оборота,
привлечение клиентов

Одноразовые акции

Стимулирование сбыта
товаров малой ликвидности

Акции отложенного действия (купоны)

Для удержания
клиентов

Промо-коды через партнеров

Для привлечения
новых

Персонализированные глубокие скидки

Увеличение лояльности
клиентов

Tier promotion (купи на N за месяц, получи скидку)

Вознаграждение лояльных
клиентов

Пример. 34 дисконтных механики MLM



1. Продажа M товаров по цене N
2. На конкретные товарные позиции
3. Фиксированная цена за товары
4. За комплект / категорию / бренд / список
5. Фиксированная цена комплекта
6. M% За каждые N рублей чека
7. M рублей каждую N позицию чека
8. Дополнительная скидка за каждую N покупку
9. Товарное предложение – подарок
10. Размер скидки в зависимости от прошлого периода
11. Повышенные скидки в счастливые часы
12. Повышенные скидки в определенные дни недели
13. Повышенные скидки в определенные дни месяца
14. Управление «фишками» или «стикерами»
15. На любимые товары
16. На любимые категории / бренды / списки
17. Каждый N товар чека – бесплатно
18. На первую покупку
19. После прохождения опроса
20. По результату прохождения опроса
21. Использование заранее рассчитанных дисконтов
22. При достижении определенной суммы чека
23. За оплату картой Банка-партнера
24. По геолокационному признаку
25. За покупки в определенном магазине
26. Скидки в выбранном канале продаж
27. За каждого приведенного друга
28. Скидка сотрудника
29. За каждую N покупку в течение заданного периода
30. За оплату наличными
31. Для целевых групп (сегментов) клиентов
32. Скидки для владельцев уровня или особой карты
33. Для вернувшихся клиентов
34. Для перешедших по ссылке

Пример. 34 бонусных механики MLM



1. % бонусов на все товары
2. Абсолютный бонус на товар
3. Отдельные правила на конкретные товары
4. Баллы за комплект
5. «За каждые N рублей чека»
6. «На каждую N покупку»
7. В зависимости от прошлого периода
8. Реактивация (давно не покупал)
9. Счастливые часы / дни
10. Любимые товары, категории и бренды
11. Повышенный бонус на самый дешевый товар
12. Собственная торговая марка
13. Welcome-бонус
14. Реферальная регистрация
15. Акционные баллы
16. Тающие бонусы (постепенное сгорание)
17. В зависимости от характеристик товара
18. Установка лимитов начислений
19. Оплата до N% от общей суммы чека
20. На каждую N позицию чека
21. За каждые N позиций продукта
22. Отложенные начисления
23. Повышающий коэффициент
24. За действия, не связанные с покупкой
25. Предрасчет / Листинг
26. В зависимости от уровня / категории
27. На сегмент товаров
28. На целевую аудиторию
29. Купить баллы
30. Покупки в определенном регионе/магазине
31. В зависимости от средства оплаты
32. В рамках канала продаж
33. Для сотрудников
34. Массовые начисления и списания



**ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ
ВОЗМОЖНОСТИ
MASTERDATA LOYALTY
MANAGEMENT**

Концепция программы лояльности

«Любимый покупатель» **Программа лояльности**

Регистрация		Группа правил
	Купон на скидку 10% при регистрации	
	500 баллов на счёт до 31 августа	Правило
Смена уровня		
	Присвоение уровня «Базовый»	
	Присвоение уровня «Продвинутый»	
	Присвоение уровня «VIP»	
Покупка в рознице		
	7% баллов на все стиральные порошки	
	5% баллов за категорию «Быт. химия»	
Покупка с оплатой онлайн		
	Повышенный бонус 10% на первую покупку	
	Постоянная скидка 5% для VIP клиентов	

Группа правил

- Определяет тип работы правил
- Назначает режим вытеснения
- Характеризует группу обработки
- Задаёт базовое условие

Правило

- Входит в группу правил
- Имеет приоритет перед другими правилами
- Содержит условие
- Определяет механику и результат

Основная функциональность



Управление профилями участников

Обогащайте профиль участия в программе лояльности персонализированными данными

Управление промо-акциями с помощью правил

Обеспечьте гибкий подход к формированию правил для стимулирования роста продаж

Вознаграждения

Присваивайте уникальные купоны и бейджи покупателям

Интерфейс тестирования

Будьте уверены, что настроенные правила сработали именно так, как вы планировали

Промо-календарь

Анализируйте все запущенные акции в удобном визуальном формате, используя различные функциональные и хронологические фильтры

Аналитика

Обеспечьте контроль ведения акций в режиме реального времени для операционного контроля

Операционная аналитика

Все участия

Description: общий ракурс с кратким срезом информации о всех зарегистрированных и анонимных участиях, заведенных в системе

Business Value: позволяет получить быстрый доступ к полной информации об участии, решить инциденты или ответить на вопрос клиента с помощью интерфейса системы

Дашборд участия

Description: дашборд, кратко описывающий активность пользователя, ключевые источники начисления, баланс и др.

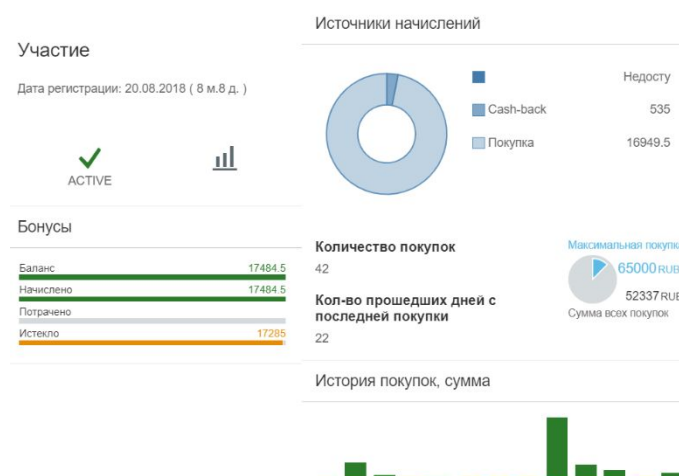
Business value: позволяет получить представление об активности и ценности конкретного участия, а также получить срез по всем операциям

Последние операции

Description: общий ракурс с полным перечнем активностей, переданных в систему

Business Value: помогает менеджерам быстро найти нужную операцию и получить информацию о результатах начисления, списания, получить быстрый доступ к участию

КПП	Статус	Тип участия	Уровень уч...	Суммарный б...	Имя	Фамилия	Номер карты
230000000926	Начисление	Анонимное	Серебро	0.00 балл(ов)	2613c5a3-c8f0-4804-a316-278cc302b9e6	2613c5a3-c8f0-4804-a316-278cc302b9e6	3000000000000009
230000000928	Начисление	Семейное	Платина	0.00 балл(ов)	Дмитрий	Петров	3000000000000015
230000000928	Начисление	Семейное	Платина	0.00 балл(ов)	Анна	Петрова	3000000000000015
230000000925	Начисление	Личное	Золото	0.00 балл(ов)	Иван	Агеев	3000000000000008
230000000928	Начисление	Семейное	Платина	0.00 балл(ов)	Дмитрий	Петров	3000000000000014
230000000928	Начисление	Семейное	Платина	0.00 балл(ов)	Анна	Петрова	3000000000000014
230000000927	Начисление	Личное	Серебро	1200.00 балл(ов)	Анатолий	Чугунов	3000000000000011



Операции

Ид операции	Тип	Дата операции	Карта	Участник	Сумма	Сумма (очищенная)	Статус
Bonus_656	Покупка	05.10.2020 14:59:27	3000000000000008	Иван Агеев	10000.00	10000.00	Завершено
Bonus_657	Покупка	05.10.2020 14:59:27	3000000000000008	Иван Агеев	10000.00	10000.00	Завершено
Bonus_655	Покупка	05.10.2020 14:59:27	3000000000000008	Иван Агеев	10000.00	10000.00	Завершено
1601890055387_...	Ручное начисление	05.10.2020 12:27:35	3000000000000008	Иван Агеев	600.00	600.00	Создано
Privedi_druga	Приведен друг	01.10.2020 12:42:55	3000000000000008	Иван Агеев	0.00	0.00	Создано
Aktsiya_kanistry	Покупка	22.09.2020 16:40:09	3000000000000015	Дмитрий Петров	1500.00	1500.00	Создано
Tary_vozvrat_fin	Возврат тары	03.09.2020 16:23:21	3000000000000011	Анатолий Чугунов	0.00	0.00	Создано
Oplata_sverh_80p...	Покупка	03.09.2020 14:35:53	3000000000000011	Анатолий Чугунов	1500.00	1500.00	Создано
Test_optati	Покупка	03.09.2020 14:35:53	3000000000000011	Анатолий Чугунов	1500.00	1500.00	Создано
Oplata_do_80proc	Покупка	03.09.2020 14:35:53	3000000000000011	Анатолий Чугунов	1500.00	1500.00	Создано
Tary_vozvrat	Возврат тары	03.09.2020 14:23:21	3000000000000011	Анатолий Чугунов	0.00	0.00	Создано
Bonus_651	Покупка	03.09.2020 13:59:27	3000000000000011	Анатолий Чугунов	10000.00	10000.00	Завершено
Bonus_zh_rybalu1	Покупка	03.09.2020 13:59:27	3000000000000011	Анатолий Чугунов	10000.00	10000.00	Завершено
Bonus_zh_rybalu9	Покупка	03.09.2020 13:59:27	3000000000000011	Анатолий Чугунов	10000.00	10000.00	Завершено
Average_Check10	Покупка	03.09.2020 13:59:27	3000000000000011	Анатолий Чугунов	10000.00	10000.00	Завершено

Аналитика программ лояльности

RFM Analysis

Description: готовый дашборд с анализом клиентов по частоте, давности и монетарности покупок

Business Value: позволяет маркетологу и руководителю определить состав сегментов, ключевые движения между ними и принимать решение о запуске новых правил

Summary Dashboard

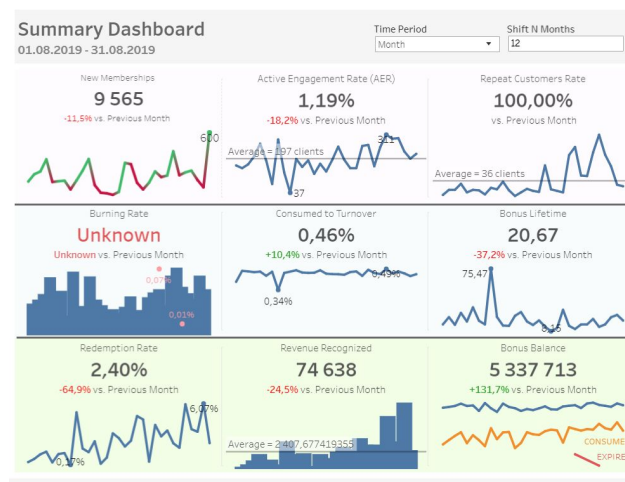
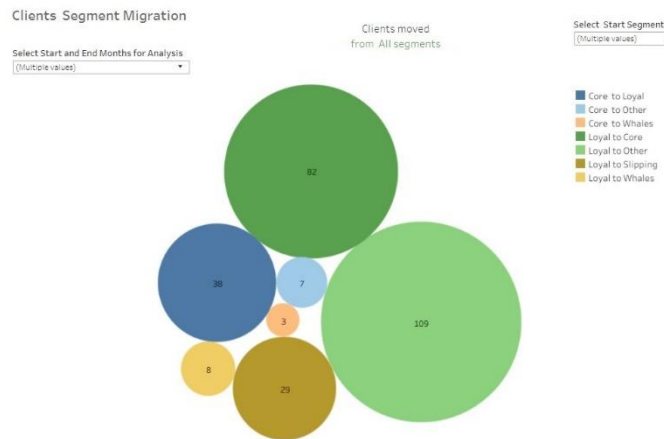
Description: дашборд с анализом новых регистраций, активности, состоянию бонусов базы

Business value: позволяет руководителю получить быстрый срез о состоянии программы лояльности в реальном времени

Financial Analytics

Description: ключевой стратегический дашборд о влиянии программы лояльности на финансы бизнеса

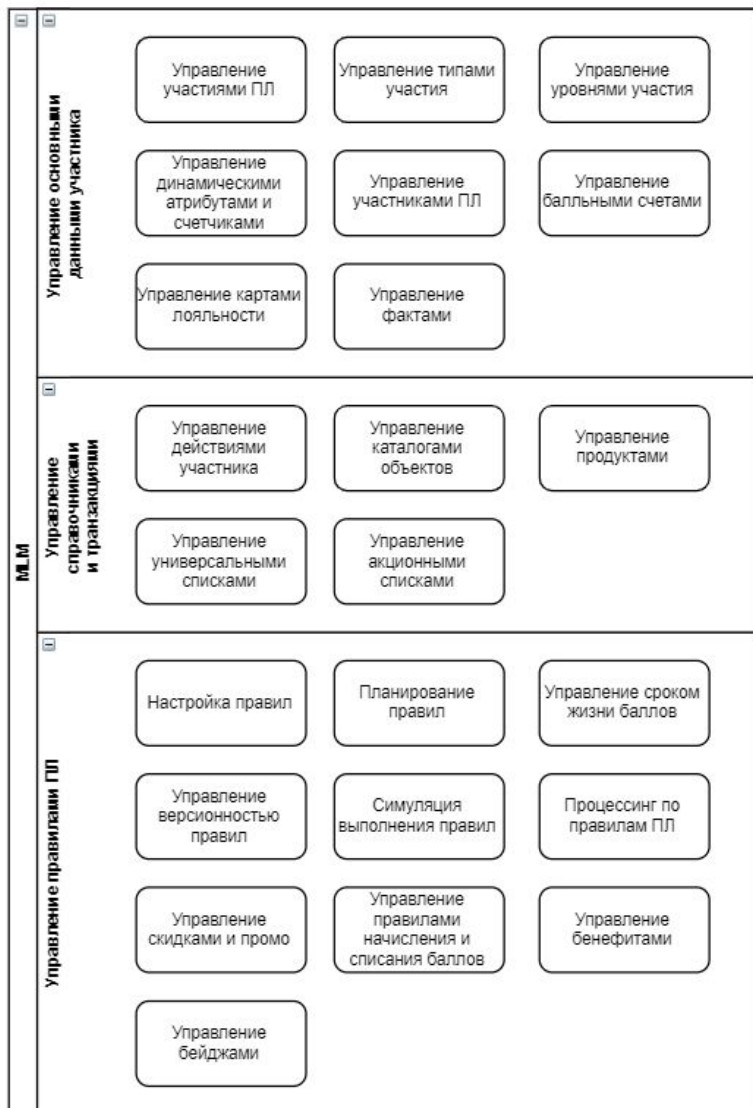
Business Value: позволяет принимать решения об изменении стратегии программы лояльности на основе данных



Функциональная архитектура решения



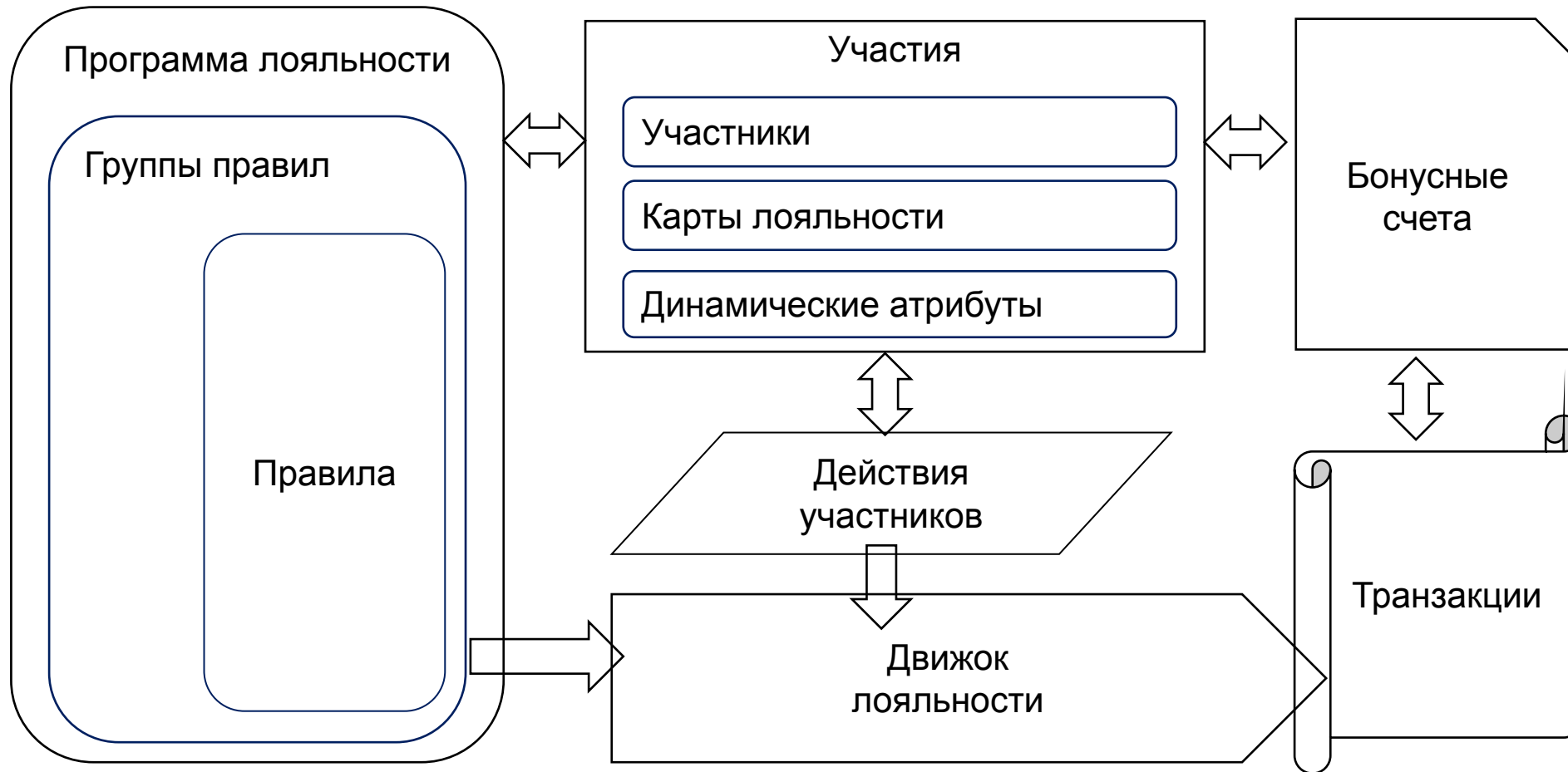
masterdata



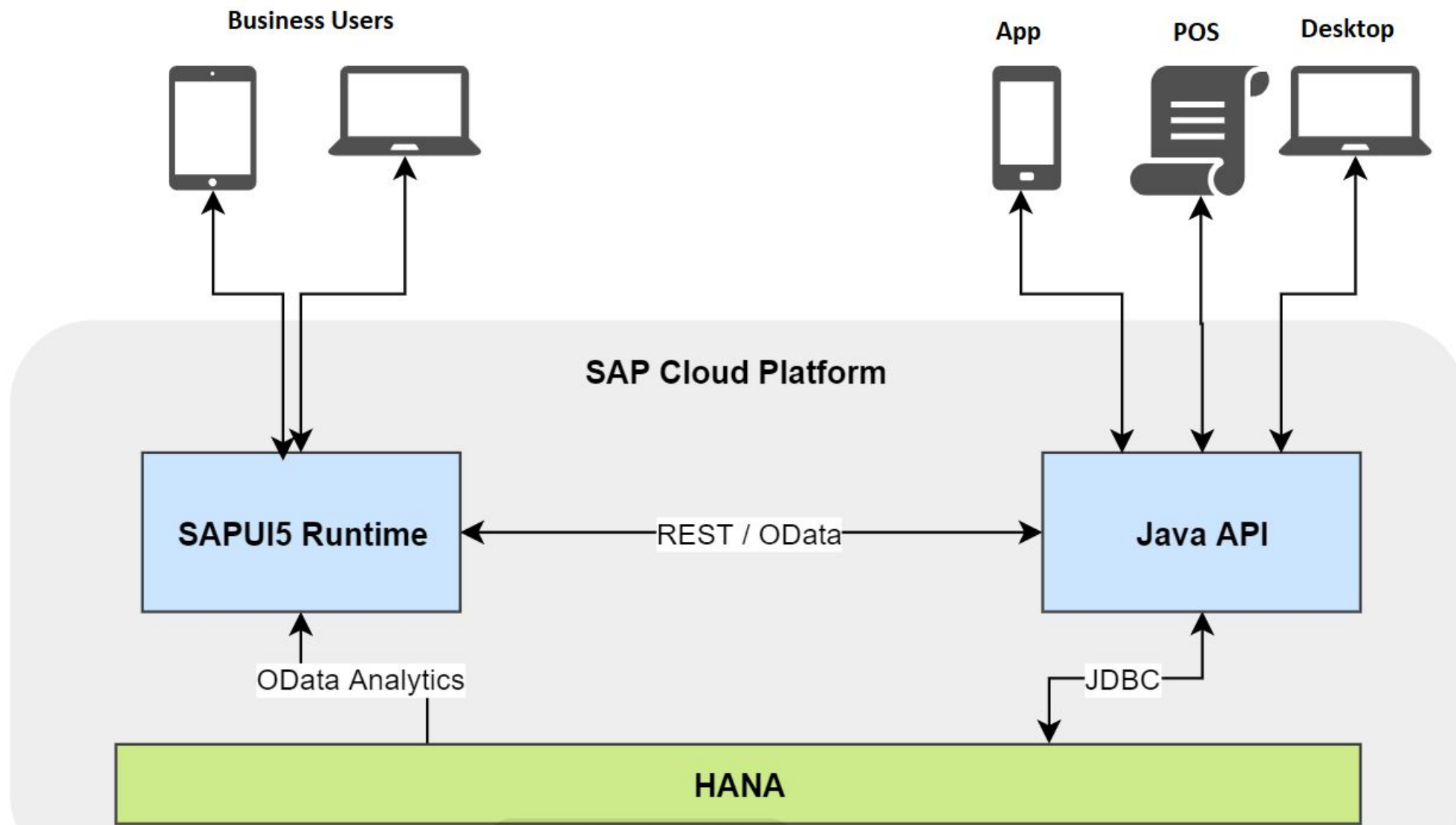


**ТЕХНИЧЕСКАЯ
ИНФОРМАЦИЯ**

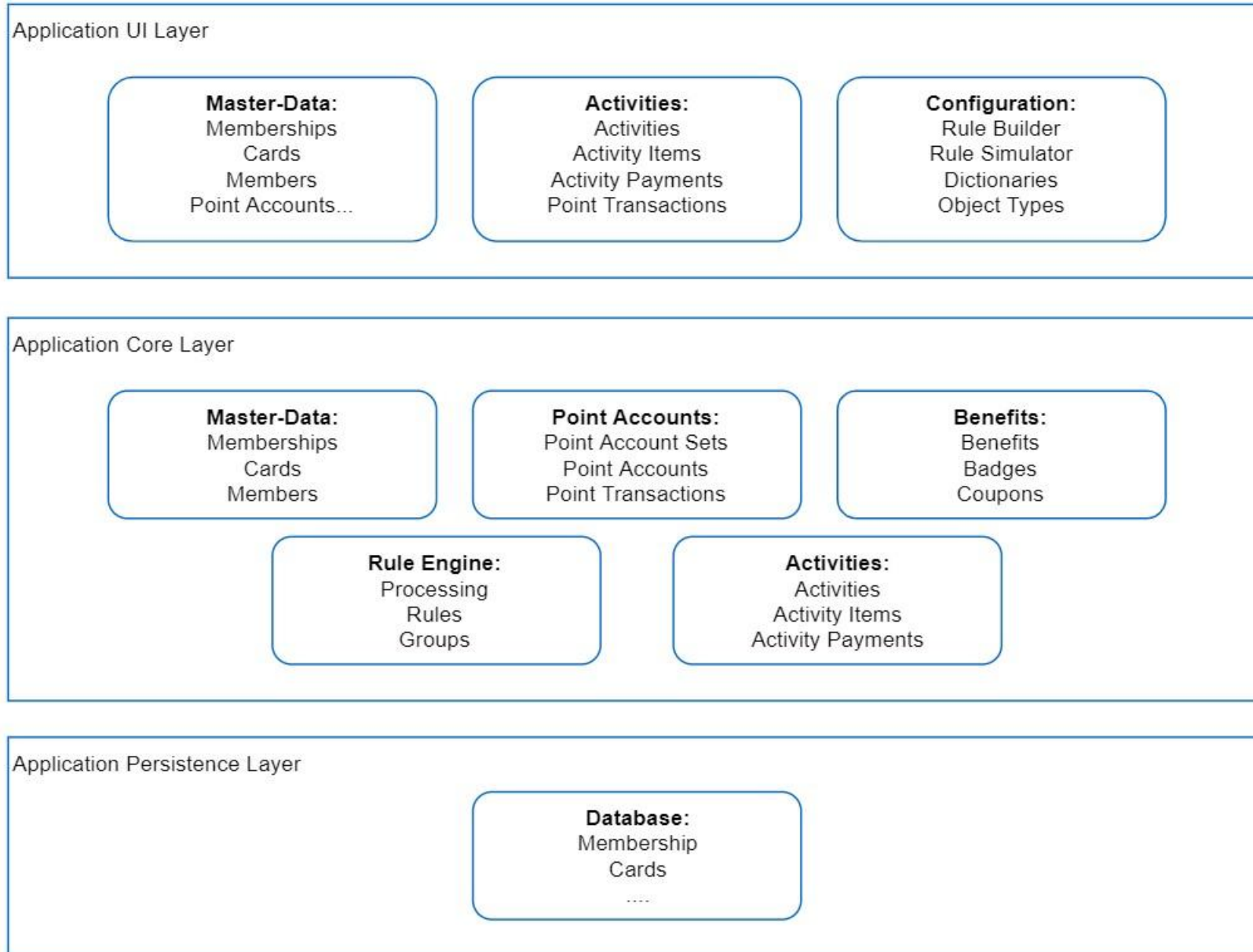
Основные объекты программы лояльности



Верхнеуровневая архитектура приложения

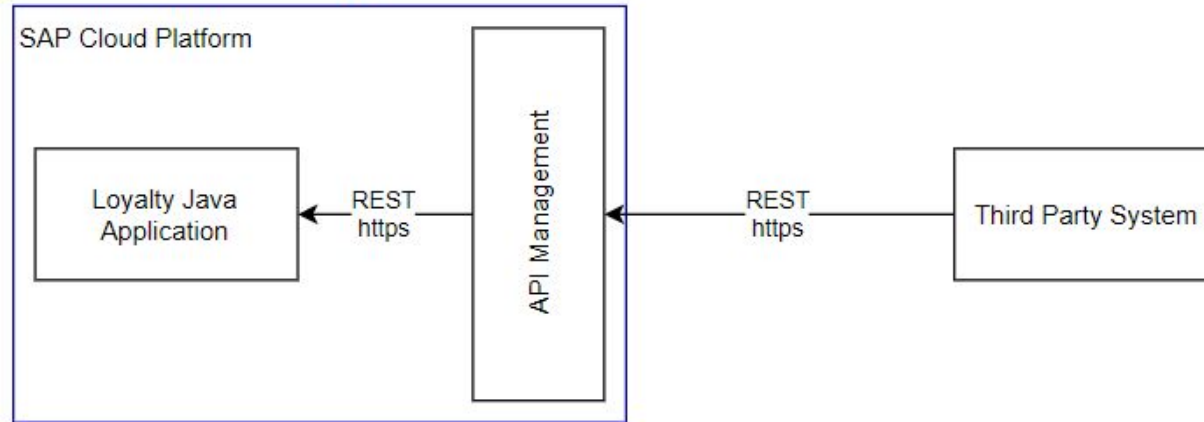


Архитектура сервера приложений

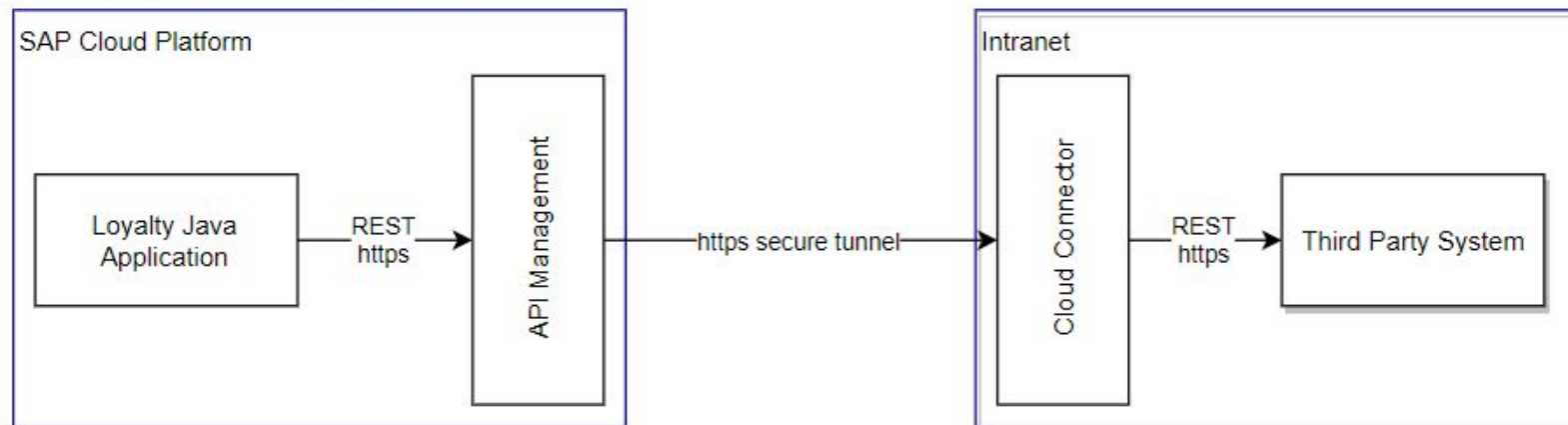


Интеграционный подход

Integration Approach



Integration Approach





ROADMAP

SUMMARY



- Rule & promo calendar UI
- Advanced product hierarchy
- Easy-Migration tool
- Visualization tool
- Catalogue management tool

- New advanced UI for rule simulator
- “Change history” interface
- Tableau analytical reports
- SAP Marketing Cloud integration:
 - Segment rules by customers and products
 - Accumulate bonuses massively

- Architecture refactoring
- SAP HANA optimization
- Rule & rule group statistics
- Blue-green deployment
- SAP Marketing Cloud – MLM on SAP CP: best rule recommendation
- Salesforce – MLM on Heroku end2end scenario



Quarterly releases

Bug fixes, enhancements

What's new in 2020'H1

Rule simulation tool

Description: the tool allows customers to create an order to test recently created rules without accessing Postman or other tools requiring json knowledge

Business Value: Business users now able to test new rules with easy-to-use tool and to avoid business-critical mistakes before releasing a promo

Tableau reports

Description: Several analytical stories with reports inside in Tableau

Business value: Customers and managers will have easy access to crucial loyalty program information and to assure prompt reaction to business environment

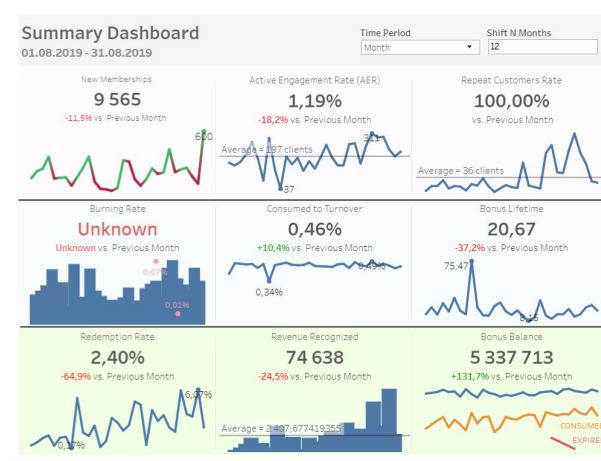
Migration tool

Description: the tool allows analysts to make migration with two clicks

Business Value: With the tool businesses will be able make migration seamlessly quick and accurate

The screenshot shows the 'Симулятор правил' (Rule Simulator) interface. It features a 'Данные по чеку' (Check Data) section with input fields for date, participant, amount, and currency. Below this is a table with columns for 'Позиции' (Positions), 'Платежи' (Payments), 'Дополнительная информация' (Additional Information), and 'Симулируемые правила' (Simulated Rules). The table contains two rows of data with columns for ID, Product, Sum, Cleared Sum, Measure, and Quantity.

ID	Продукт	Сумма	Очищенная сумма	Мера	Количество
1	13471	1000	1000	Шука	1
2	13291	500	500	Килограмм	10



The screenshot shows the 'Объекты миграции' (Migration Objects) interface. It includes a list of migration objects on the left and a configuration panel on the right. The configuration panel has fields for 'Источник' (Source), 'Цель' (Target), and 'Путь' (Path), along with checkboxes for 'Валиден' (Valid) and 'Истощен' (Consumed). The 'Цель' field is currently set to 'Английский ах' (English aх).



КЕЙСЫ MLM



Ingka Centres

INGKA[™]
CENTRES

Запуск новой программы лояльности и решений для целевого маркетинга

О компании:

Ingka Centres строит и управляет торговыми центрами, на текущий момент в портфолио 44 торговых центра в 14 странах мира, принимающих 480 млн посетителей каждый год. Компания активно развивается, открывая новые торговые центры и новые направления.

Количество сотрудников в России: 1 тыс. чел.

Арендные площади: 2 миллиона кв. м.

Количество магазинов внутри ТЦ: 2600

[Победитель SAP Value Awards 2019 в номинации «Опережая клиентские мечты»](#)

Детали проекта

Проект	<ul style="list-style-type: none">- Single Customer View- Booking and Event Management- Loyalty Management- Digital Asset Management
Сроки реализации	- Старт в мае 2017, первый этап – 3 месяца
Решения SAP	<ul style="list-style-type: none">- SAP Marketing Cloud- SAP Cloud Platform- SAP Customer Data Cloud (Gigya)- SAP Cloud for Customer- OpenText DAM
Функциональность внедрения и процесс	<ul style="list-style-type: none">- Проведение маркетинговой кампании- Настройка и управление программой лояльности через приложение Masterdata Digital Platform for Loyalty & Promo SCP- Бронирование и управление событиями через приложение SAP Cloud Platform- Настройка клиентской поддержки

Цели:

- Создать фундамент, состоящий из набора информационных систем, который поможет автоматизировать текущие бизнес-процессы и поддержать внедрение новых сервисов.
- Внедрить в операционную деятельность процессы управления клиентскими данными и профилями посетителей.
- Выстроить гибко настраиваемые алгоритмы определения предпочтений посетителей;
- Внедрить процессы управления персонализированными коммуникациями и сформировать специальные персональные предложения для посетителей в онлайн- и офлайн-каналах.

Результат:

Внедрение новых решений помогло значительно улучшить клиентский опыт посетителей ТЦ.

Интеграция в операционную маркетинговую деятельность технологических решений и новых бизнес-процессов по управлению, анализу и сегментированию клиентских данных, а также систем по централизованному управлению персонализированными коммуникациями помогло добиться устойчивого роста базы лояльной аудитории.

В 35 раз – увеличение регистраций посетителей в пилотных регионах, как результат запуска программы лояльности и маркетинговых мероприятий с использованием решений SAP

+50%

увеличение объема клиентов с разрешением на

М.Сlub – обновление программы ЛОЯЛЬНОСТИ ДЛЯ КЛИЕНТОВ



География

- 11 временных зон, 1500+ пользователей
- +15 000 000 лояльных клиентов

Задача

- Внедрить новую модель списания и начисления бонусов.
- Уменьшить максимальный процент списания бонусных рублей в заказе — внедрить персональные предложения по повышенному кэшбеку для каждого клиента - отображать клиенту бонусные рубли, которые он получит за покупку с учетом всех его персональных предложений.
- Омниканальность платформы — отображать клиенту сайте, в мобильном приложении, планшете продавца, кассе магазина, КЦ
- Передать управление ПЛ бизнес-пользователям, без привлечения ИТ

Решение

- Внедрение платформы для управления лояльностью и промо от Masterdata.
- Адаптация решения с SAP Cloud Platform на стек технологий М. Видео.
- Число персональных предложений: до 30 одновременно запущенных персональных предложений. Каждое промо подразумевает повышенный кешбэк определенному сегменту клиентов по определенным условиям: категория товара, бренд, сумма покупки, способ оплаты и т.д

В 2 РАЗА БОЛЬШЕ U-БОНУСОВ ДО 30 СЕНТЯБРЯ

В честь премьеры
программы лояльности



Утконос Club



Запуск программы лояльности на базе
Masterdata Platform for Loyalty & Promo

1% от стоимости каждой покупки возвращается в виде U-бонусов. Оплата U-бонусами до 99% стоимости каждой новой покупки.

Утконос Prime — дополнительные преимущества для клиентов. 2% стоимости каждого заказа вернется U-бонусами. Бесплатная доставка всех заказов. В 10 раз больше U-бонусов за покупку любимых товаров. Доступ к закрытым акциям.

“

Мы очень гордимся запуском «Утконос Club», потому что это отражает наше заботливое отношение к покупателям. Персонализация становится одним из важнейших факторов в построении будущих отношений с потребителями и «Утконос Club» станет ключевой составляющей в этом. Спасибо всей команде, которая участвовала в запуске «Утконос Club», и нашим постоянным клиентам, которые ежедневно подталкивают нас к совершенствованию! “, – прокомментировал **Дэнни Перекальски**, генеральный директор Утконос ОНЛАЙН.

Утконос Club Примеры правил

Welcome- бонус

**ВЫ НОВЫЙ
ПОКУПАТЕЛЬ?
ВАМ ПОДАРКИ!**

УТКОНОС:
и. и. онлайн



1 На первую покупку
500 ₺
+ бесплатная доставка

2 На вторую покупку
500
У-бонусов
1 У-бонус = 1 ₺

Оплата до 99% суммы заказа

Мои У-бонусы

1 U = 1 ₺

При оплате покупок

39 🍌

Потратьте ваши У-бонусы

Сгорит через 366 дней

🔥 39 🍌



Вы участник Утконос Club

Оплатите У-бонусами до 99% стоимости своего заказа в Утконосе! Чтобы накопить У-бонусы, совершайте покупки, пользуйтесь привилегиями и участвуйте в акциях.



10x бонус в ДР

**В 10 РАЗ БОЛЬШЕ
У-БОНУСОВ В ДЕНЬ
ВАШЕГО РОЖДЕНИЯ**

В программе лояльности
Утконос Club

**УТКОНОС:
CLUB**



Утконос Prime: описание

Utkonos Prime – это особый уровень программы лояльности, открывающий дополнительные привелегии

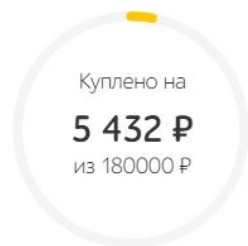
Ваши привилегии

- 1% стоимости каждого заказа вернется в виде U-бонусов
- 10% стоимости заказа в ваш день рождения вернется в виде U-бонусов
- Больше U-бонусов за покупку акционных товаров

Как получить Утконос Prime

Совершайте больше покупок и получите **Утконос Prime на 30 дней**. Учитываются покупки за последние 6 месяцев.

[Что такое Утконос Prime?](#)



Что такое Утконос Prime?

Утконос Prime – повышенный статус программы лояльности Утконос Club. Он присваивается при совершении покупок на сумму более 180 000 Р за последние 6 месяцев.

- СКОРО! 10% стоимости любимых товаров** вернется в виде U-бонусов
- Бесплатная доставка** всех заказов
- 2% стоимости каждого заказа** вернется в виде U-бонусов
- 10% стоимости заказа** в ваш день рождения вернется в виде U-бонусов
- Больше U-бонусов** за покупку акционных товаров



КЕЙСЫ ВНЕДРЕНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ SAP CRM LOY



Глобус



Повышение коммерческой эффективности торговой сети за счет реализации бонусной программы

О компании:

Семейное предприятие «Глобус», созданное в Германии в 1828 году, свой первый гипермаркет в России открыло в 2006 году, и сегодня торговая сеть «Глобус» объединяет 13 гипермаркетов, расположенных в Центральном федеральном округе. В ассортименте каждого магазина свыше 45 тыс. товаров, поставщиками сети являются более 1900 зарубежных и отечественных компаний.

Ежедневная посещаемость одного гипермаркета — 15–30 тыс. человек, большинство из них — постоянные покупатели.

Количество сотрудников: 10 тыс.

Проект	Single Customer View (SCV) Campaign Management Loyalty platform
География	13 гипермаркетов
Сроки реализации	Старт в 2017, продолжительность: 8 месяцев

Решение

- ✓ Внедрение SAP CRM для автоматизации бизнес-процессов управления клиентами, продажами, обслуживания, маркетинга и лояльности

Модули

- ✓ SAP Loyalty
- ✓ SAP Marketing
- ✓ SAP Interaction Center

Сроки выполнения

- ✓ **12** месяцев SAP Loyalty + Marketing + Interaction Center + E-commerce (интеграция)
- ✓ Запуск и работа с **2016**
- ✓ Более **7** проектов развития

Основные задачи проекта

- SAP Loyalty
 - **20** миллионов участников
 - более 350 магазинов и 1000 касс
 - более 80 миллионов исторических транзакций
 - онлайн процессинг до 25 чеков, более 120 транзакций в секунду
- Миграция данных программы Лояльности
- Регистрация электронных карт, покупки в Интернет канале
- SMS подтверждение оплат бонусами
- Повышение качества сбора, хранения клиентских данных
- Кобренд программа лояльности (2 банка)
- Программа лояльности для сотрудников
- Интеграция с 2 POS системами, ATG ORACLE (интернет магазин)
- Сервисная зона розничных магазинов и Колл Центр.
- Адаптация системы отчетности по программе ЛОЯЛЬНОСТИ



Комус

B2C и B2B лояльность на SAP CRM



Решение

- ✓ Внедрение SAP CRM для автоматизации бизнес-процессов в части управления клиентами, продаж, обслуживания, маркетинга и лояльности

Модули

- ✓ SAP CRM Loyalty
- ✓ SAP CRM Marketing
- ✓ SAP CRM IC
- ✓ SAP CRM Sales

Срок выполнения

- ✓ 6 месяцев SAP CRM Loyalty
- ✓ 4 месяца SAP CRM Marketing
- ✓ Запуск и работа с **2016**
- ✓ Более **3** проектов развития

Основные задачи проекта

- Автоматизация на базе платформы SAP CRM:
 - Управление клиентом
 - Управление продуктовыми предложениями
 - Управление продвижением и маркетинговыми активностями
 - Управление обслуживанием в Контакт Центре
 - Управление продажами
 - Отчетность (BI on HANA).
- Развитие OMNI-канальных продаж
- Виртуальная карта покупателя и лояльность в Интернет магазине
- Специальные предложения, промо и скидки
- Подарочные сертификаты от партнёров
- Таргетированные предложения для различных целевых групп
- Сезонные акции и другие поощрения
- Поддержка процессов продажи, маркетинга и лояльности в Контакт Центре



**ВИРТУАЛЬНАЯ
КАРТА
ПОКУПАТЕЛЯ**
Выгодно и удобно!

Решение

- ✓ Программа лояльности, маркетинг, Контакт Центр и продажи для Эльдорадо

Модули

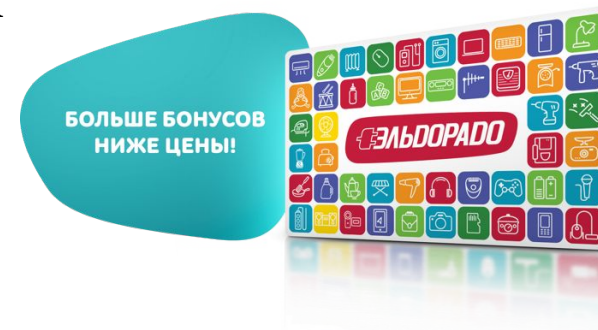
- ✓ SAP Loyalty
- ✓ SAP Marketing
- ✓ SAP Interaction Center
- ✓ SAP Predictive Analytics

Срок выполнения

- ✓ 6 месяцев SAP Loyalty
- ✓ 4 месяца SAP Marketing
- ✓ Запуск и работа с **2011**
- ✓ Более **6** проектов развития

Основные задачи проекта

- Внедрение и оптимизация процессов лояльности в каналах продаж: розничный магазин, интернет магазин, Контакт Центр
- Маркетинговые акции по привлечению новых Клиентов и удержанию существующих
- Разработка и реализация целевых кампаний на основе анализа всех данных о Клиенте
- Ведение единого стандарта ввода персональных данных клиентов для сохранения чистоты и конфиденциальности данных
- Реализация единого хранилища претензий
- Оптимизация и развитие программы лояльности: сложные механики и промо
- Оптимизация функциональности Контактного Центра в рамках консультации по входящим звонкам за счет использования скриптов взаимодействия.
- Автоматизация исходящего обзвона в Контакт-Центре с использованием решения AVAYA PC (предиктивная система обзвона клиентов)
- Переход системы SAP CRM на новую платформу HANA
- Поддержка электронных карт и других вознаграждений в интернет канале



Техносила

Внедрение SAP CRM

ТЕХНОСИЛА

Индустрия: Розничная торговля

www.tehnosila.ru

Техносила - сеть магазинов электроники и бытовой техники, занимающая одну из лидирующих позиций на Российском рынке.

Техносила активно развивает сеть гипермаркетов электроники и бытовой техники в РФ, открывая новые магазины каждый год. Качество товаров, продуманная маркетинговая кампания, система скидок, сервисов и акций для клиента позволяет магазину активно развиваться на Российском рынке.

Решения

SAP CRM

SAP CRM
Loyalty

SAP ERP
integration

SAP BI

ТЕХНОСИЛА

tehnosila.ru



Количество
пользователей

25



ЗАДАЧИ И РЕШЕНИЯ



ТЕХНОСИЛА

Задачи

- Перевести процессинг бонусных и подарочных карт с системы внешнего процессинга на гибкую систему с низкой совокупной стоимостью владения
- Получить возможность проведения акций
- Объединить базы процессинга карт лояльности и базу анкет клиентов
- Получить гибкий инструмент по созданию произвольных правил программ лояльности, проведению целевых маркетинговых акций

Решения

- Управление лояльностью на базе SAP CRM 7.0 Loyalty Management
- SAP ERP Integration
- 2,5M cards



ЗАДАЧИ И РЕШЕНИЯ

РЕЗУЛЬТАТ

ТЕХНОСИЛА

- Устранение рисков эксплуатации внешнего процессинга
- Сокращение
 - Затрат на процессинг до нуля
 - Сроков подготовки CRM-акций
- Включение Call-центра в работу по обращениям клиентов по бонусным и подарочным картам
- Улучшенная архитектура системы основанная на Web-сервисах, позволила сократить трудозатраты на обновление версий ПО в магазинах
- Возможность создавать правила начисления и списания, основанные на анкетных данных клиента
- Вся аналитическая отчетность в SAP BI
- Единая база по клиентам и их покупкам доступная в том числе в магазинах и Call-центре



**ПОЛЕЗНЫЕ ССЫЛКИ
ХАРДОФФЕР**

- [Релиз на сайте MASTERDATA.RU](https://www.masterdata.ru)
- [Страница на SAP APP CENTER](https://www.sap.com/appcenter)
- [Сертифицированное решение SAP](https://www.sap.com/certifications)
- [Карточка квалифицированного решения на sap.com](https://www.sap.com/industry/retail/masterdata-ooo)
- [Промо-ролик на YouTube](https://www.youtube.com/watch?v=...)

MASTERDATA OOO: Digital loyalty and marketing platform

Решение по управлению программой лояльности от Masterdata. Позволяет в режиме реального времени делать уникальные предложения, персональные акции по предпочтительному для клиента каналу.
 Прочитайте описание >
 Смотреть видео >





MLM

Подход к автоматизации программ лояльности на
базе Masterdata Loyalty Management

Рекунов Дмитрий
+7 919 776 29 08
rd@masterdata.ru