



# ЗНАКОМСТВО С КОМПАНИЕЙ

**ЦИФРОВАЯ СТРАТЕГИЯ, ПРОДВИНУТАЯ АНАЛИТИКА, СУМ,  
РАЗВИТИЕ КОММЕРЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА И ПРОГРАММ  
ЛОЯЛЬНОСТИ**

# ЈАКАЛА помогает клиентам раскрывать свой цифровой потенциал и трансформироваться в data-driven компании

## Цифровая стратегия и управление данными

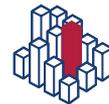


01

Превращаем данные в ключевой актив компании, разрабатываем ИТ-архитектуру и системы управления данными, а также внедряем лучшие практики управления изменениями для успешной data-driven трансформации



## Развитие коммерческого потенциала



02

Используем технологии геоаналитики и другие способы обогащения данных для полного раскрытия коммерческого потенциала

## СVM – управление клиентской ценностью



03

Помогаем выбрать правильные технологии для хранения и управления клиентскими данными, разработать сегментацию и внедрить необходимые аналитические подходы для раскрытия потенциала клиентской базы

## Продвинутая аналитика и ИИ



04

Разрабатываем аналитические модели и внедряем их в технологические решения различных функций, а также строим аналитическую функцию «под ключ»

## Развитие программ лояльности



05

Помогаем превратить программы лояльности из инструмента удержания клиентов в источник дохода наших клиентов, а также в один из стратегических элементов бизнес-модели компании

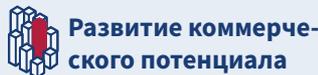
# ЈАКАЛА обладает широким набором услуг и инструментом для реализации проектов во многих направлениях



**Цифровая стратегия, управление данными**

Данные – ключевой актив компании, поэтому разработка цифровой стратегии в Jakala основывается на data-driven подходе.

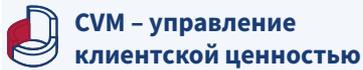
Помимо разработки рекомендаций, мы уделяем внимание изменению культуры и организационного дизайна компании, поэтому для реализации трансформационных проектов мы создаем кросс-функциональные команды и вместе с клиентами внедряем предложенные идеи



**Развитие коммерческого потенциала**

Коммерческий департамент – один из наиболее частых функциональных заказчиков Jakala.

В работе с FMCG и другими производителями, дистрибьюторами и ритейлерами мы используем технологии геоаналитики для более эффективной маршрутизации торговых представителей, оптимальной расстановки торговых точек и таргетированной работы с онлайн и офлайн-трафиком



**CVM – управление клиентской ценностью**

Превращение клиентской базы в актив за счет подхода Customer Value Management – одна из ключевых задач любой современной компании, которая планирует оставаться конкурентоспособной в эпоху экосистем.

Мы помогаем выбрать правильные технологии для хранения и управления клиентскими данными, разработать сегментацию и внедрить необходимые аналитические подходы для раскрытия потенциала вашей клиентской базы



**Продвинутая аналитика и ИИ**

Команда аналитиков и специалистов по работе с данными Jakala реализует проекты для наших клиентов из финансов, телекома, ритейла и других отраслей.

Являемся доверенным партнером для многих клиентов и формируем аналитическую компетенцию «под ключ» - от стратегии управления данными до разработки и внедрения самых продвинутых моделей



**Развитие программ лояльности**

Программы лояльности – одна из наиболее сильных практик Jakala.

Наше подразделение Jakala Loyalty Observatory собирает лучшие практики и данные по 300+ программам лояльности в мире. В 2020 году Forrester отметил нашу уникальную экспертизу, включив Jakala в «Now Tech: Loyalty Marketing, Q4 2020» как крупного гибридного поставщика лояльности с годовым доходом более 75 миллионов долларов в данной категории

## ЯКАЛА использует как внутренние, так и внешние ресурсы для реализации проектов



Использование собственных и арендуемых облачных вычислительных мощностей



Использование собственного программного обеспечения для анализа Big Data, собственного инструмента геоаналитики и пр., а также применение инструментов партнеров

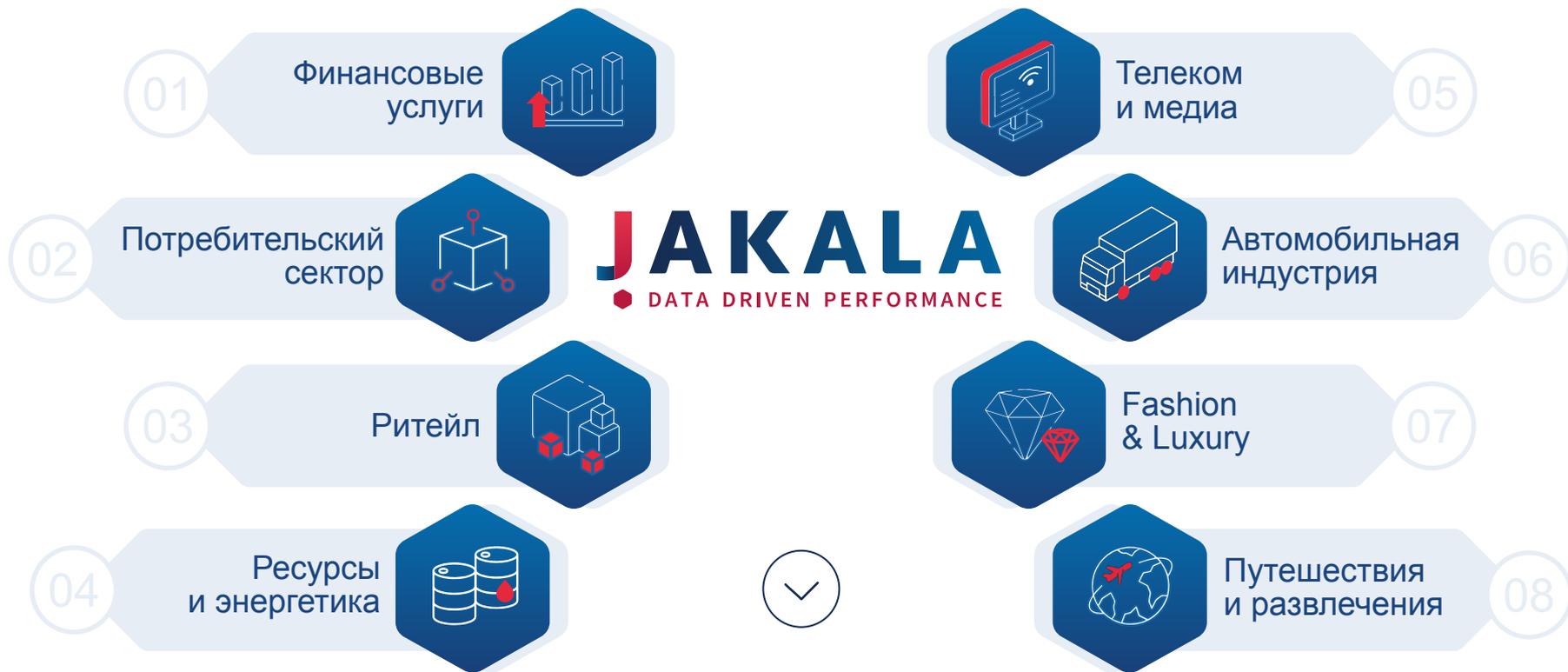


Использование источников данных, предоставляемых широким кругом партнером (банковские транзакционные данные, статистика продаж торговых сетей и пр.)



Обмен знаниями, проектным и экспертным опытом внутри компании, возможность использования результатов предыдущих проектов Jakala по всему миру

# JAKALA охватывает многие индустрии от Fashion & Luxury до ресурсов и энергетики



# Индустриальный охват и примеры клиентов (1/3)

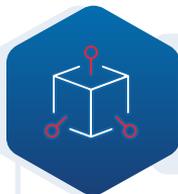


## Финансовые услуги

01

Крупнейшая практика в Jakala, среди клиентов основные международные банки, страховые и финтех компании.

Наиболее часто реализуются проекты в области управления клиентской ценностью и лояльностью, а также повышения эффективности маркетинговых кампаний.



## Потребительский сектор

02

В этой практике мы помогаем нашим клиентам увеличить объем знаний о конечном потребителе для оптимизации работы торговых представителей и фокусировании ресурсов на наиболее приоритетных клиентах



## Ритейл

03

Путь Jakala в России начался с проектов в этой индустрии, что позволило накопить существенный опыт по обогащению данных локальной геоаналитикой и другими типами данных. Продвинутая аналитика, управление клиентской ценностью – наши сильные стороны для индустрии



## Индустриальный охват и примеры клиентов (2/3)



Ресурсы  
и энергетика

04

На данный момент практика работает с крупнейшими компаниями сектора в Италии, способствуя максимизации программ лояльности и эффективному управлению клиентской ценностью

enel NeN e-on

ABB TOTALERG

acea



Air Liquide



Телеком  
и медиа

05

В этой практике мы реализуем проекты в основном в области лояльности и поддержки цифровой трансформации, например, применяя аналитику для снижения оттока клиентской базы

shutterstock

SKY

MONDADORI

open fiber

vodafone

inken

orange™

eolo

Unidad Editorial

FASTWEB

TIM

Posteitaliane

WIND

iHOLA!



Автомобильная  
индустрия

06

Мы работаем с крупнейшими клиентами в индустрии, как VW Group и BMW, поддерживая процесс дистрибуции и продаж продвинутой аналитикой, а также в области программ лояльности

VOLKSWAGEN  
GROUP



Mercedes-Benz

PIRELLI

BRIDGESTONE

FCA  
FIAT CHRYSLER AUTOMOBILES

PIAGGIO

PSA  
GROUPE

SEAT

RENAULT



GOODYEAR

RIHAG  
GROUP

LeasePlan

## Индустриальный охват и примеры клиентов (3/3)



### Fashion & Luxury

07

Так как история Jakala начиналась в Милане, признанной столице моды, компания работала с большинством брендов. Клиентами в этой индустрии мы оказываем комплексные услуги по максимизации коммерческого потенциала, цифровой трансформации и управлению клиентской ценностью



### Путешествия и развлечения

08

Мы работаем с авиа, Ж/Д и другими транспортными компаниями, сетями отелей, ресторанами и сетями быстрого питания, а также в индустрии развлечений и спорта, как например с футбольными клубами, над проектами в области клиентской аналитики, лояльности и цифровой трансформации



# Свыше 1600 сотрудников в 17 офисах JAKALA по всему миру оказывают услуги в более чем 30 странах

 **1600+**  
сотрудников

 **500+**  
клиентов

 **17+**  
офисов по всему миру

 **30+**  
стран с нашими проектами



# Международная экспансия и усиление своих позиций через M&A являются частью стратегии развития JAKALA

2000

Матео де Брадант основал Jakala с целью создания крупнейшего итальянского игрока на зарождающемся рынке маркетинговых технологий

**Основание JAKALA**

2000



## Первый офис в Москве

Jakala открыла свой офис в Москве, который сфокусировался на развитии программ лояльности и операционной поддержке крупнейших ритейлеров: Магнит и X5 Group

2011

2014

Jakala Marketing Solutions провела первую сделку по слиянию с Seri Systems

**Слияние с Seri Systems**



2015

## Value Lab

К группе присоединился консалтинговый бутик Value Lab

2015



2018

Jakala привлекает инвестиции от одного из крупнейших частных инвестиционных фондов Ardian для международной экспансии и открывает офисы в США, Великобритании, Бразилии и Польше. Также группа приобрела компании Volponj и 77 Agency, усилив свои позиции в Adtech

**Привлечение инвестиций и открытие офисов по всему миру**

2018

## Подразделение в Москве

В Москве открылось консалтинговое подразделение Jakala под руководством Андреа Бернини

2020

2020

## Ускорение глобального роста

Ardian нарастил свою долю в Jakala до 60% для ускорения глобального роста группы

2021

2021

ARDIAN

# Команда JAKALA состоит из опытных специалистов с существенным опытом работы в стратегическом консалтинге

## Управлением проектами



**Денис  
Собе-Панек**

Партнер - Jakala Russia,  
Преподаватель Skolkovo  
Moscow School of Management

10+ лет опыта в стратегическом  
консалтинге (ex-Strategy Partners),  
ex-СМО в разных индустриях

## Применение глобального опыта



**Андреа  
Бернини**

Генеральный директор - Jakala  
Russia, Преподаватель SDA  
Bocconi School of Management

11+ лет опыта в стратегическом  
консалтинге, в т.ч. над проектами  
с Leroy Merlin и IKEA



**Чечилия  
Марки**

Старший менеджер –  
Jakala Russia

7+ лет опыта в стратегическом  
консалтинге в разных  
индустриях

## Проектная команда



**Анна  
Леонтьева**

Старший бизнес-консультант –  
Jakala Russia, Сертифицированный специалист по  
EDT

5+ лет опыта в стратегическом консалтинге,  
в т.ч. над проектами для СберБанка, ВТБ, Togas,  
Аэрофлот, AGC, Лента



**Антон  
Никитин**

Старший бизнес-консультант –  
Jakala Russia

4+ лет опыта в стратегическом консалтинге, в т.ч. над  
проектами для X5 Retail Group, Абрау Дюрсо, Аэрофлот

# Спасибо за внимание!

---

**JAKALA**  
● DATA DRIVEN PERFORMANCE



# НОВОСТИ



# Jakala приобрела испанскую компанию BMIND для ускорения глобальной экспансии

## Приобретение компании является частью плана глобальной экспансии группы, ставшей возможной благодаря инвестициям Ardian

Глобальная компания Jakala, первая среди компаний в сфере маркетинговых технологий в Италии и один из лидеров европейского рынка приобрела BMIND, крупнейшую независимую испанскую компанию, основанную в 2015 году, с оборотом в 16 миллионов долларов и более 130 сотрудниками. Компания специализируется на цифровой трансформации и услугах в области управленческого консультирования.

Присоединение BMIND в группу компаний Jakala реализуется в рамках плана по глобализации компании, консолидации позиций в Европе и усилению ценностного предложения, чтобы стать идеальным партнером для всех компаний, стремящихся усилить свои финансовые результаты посредством эффективного управления данными, применения омниканальных маркетинговых стратегий, реализации цифровых и медиа компаний, а также внедрения передовых маркетинговых технологий, включая технологии искусственного интеллекта.

Покупка компании является частью плана глобальной экспансии группы, ставшей возможным благодаря инвестициям фонда Ardian, которому принадлежит 60% компании, а также благодаря ресурсам и индустриальной поддержке, необходимой для акселерации роста компании.

Компания Jakala, получившая недавно статус компании типа Società Benefit (примечание: юридическая форма в Италии для компаний, которые преследуют помимо финансовых целей такие цели, как положительный вклад в развитие общества и окружающую среду, а также работающих согласно принципам прозрачности, ответственности и устойчивого развития), состоит из более 1000 профессионалов, 60% которых младше 35 лет и половина из которых женщины, с оборотом в 300 миллионов евро в 2020 году, 38% из которых получены в международных проектах в 13 странах, где открыты офисы компании.

«Мы считаем, что BMIND разделяет не только наши ценности и долгосрочное видение, но также фокус на создании положительного и измеряемого вклада в финансовые результаты наших клиентов», - отметил основатель Jakala Маттео де Брабант. «Совместно с Gonzalo Galvan, Alberto Alonso и Humberto Garcia Pina (основатели BMIND) и новым председателем совета директоров Luis Ferrandiz, мы сразу обнаружили, что разделяем ценности друг друга и совместные амбиции одни из крупнейших игроков в области маркетинга и раскрытия коммерческого потенциала».

«На данный момент, 38% дохода приходится на международные проекты, а 64% создается в Италии, но наша цель – сделать так, чтобы в последующие 3 года соотношение стало обратным», - отметил Стефано Педрон, генеральный директор Jakala SpA SB. «BMIND – это первый шаг к достижению этой цели, так как сделка усиливает наши позиции в Европе».

# Jakala стала партнером проекта Generation4Universities

## Jakala стала партнером проекта Generation4Universities, посвященному поддержке обучения и трудоустройства 69 талантливых студентов из 31 итальянского университета

В текущей обстановке, когда пандемия изменила многие правила и повлияла на динамику ряда индустрий, компаниям необходимо привлекать трудовые ресурсы с подходящими компетенциями, чтобы способствовать устойчивому развитию происходящих изменений. Актуальность получения применимого на практике образования усиливается в этом сценарии. Однако, при этом в Италии менее 30% молодых людей получает высшее образование (источник: Istat, Annual Report 2021), а получившие диплом выпускники ВУЗов сталкиваются с высокой конкуренцией на рынке трудоустройства, который зачастую требует навыков, существенно отличающихся от полученных теоретических знаний.

В связи с этим, компания Jakala с радостью присоединилась к инициативе Generation4Universities, организованной Fondazione Generation Italy и McKinsey & Company при поддержке Intesa Sanpaolo и в рамках технологического партнерства Mentors4U (некоммерческой организации, занимающейся предоставлением бесплатного менторства) и SHL (специализирующейся на оценке талантов компании) под покровительством объединения ректоров итальянских университетов Conferenza dei Rettori delle Università Italiane (CRUI).

Программа направлена на поддержку 69 студентов из 31 итальянского университетов, поступивших в прошлом году на магистерские программы в области инженерии, экономики, гуманитарных наук, философии и лингвистики, средний бал которых превышает 28/30.

Цель программы – сблизить студентов университетов с компаниями по всей Италии, чтобы способствовать их дальнейшему трудоустройству. Обучение продолжалось 3 месяца и включало первую bootcamp-фазу, в рамках которой участники, 34 девушки и 35 молодых людей, приобрели многопрофильные, поведенческие и профессиональные навыки. В рамках второй фазы проекта компании-партнеры были вовлечены через индивидуальные программы менторства и цикл из 18 семинаров по профессии. По прошествии 3-месячного обучения, все участники программы проходят интервью с компаниями, которые предлагают стажировки и начальные позиции для студентов.

«Мы динамичная компания, которая верит в ценность знаний и также растет, благодаря вкладу талантливых молодых людей. Мы активно вовлекаемся в программу Generation4Universities и запланировали встречи и программы менторства с нашими самыми сильными экспертами, чтобы предложить молодым людям в этом проекте настолько сильную поддержку, насколько это возможно», - отметил Маттео де Брабант, президент Jakala.

В проекте также принимают участие такие компании, как Al progetto hanno aderito A2A, Algebris, Amplifon, Ariston, Autostrade, Barilla, Campari Group, Enel, I.R.C.S.S Ospedale San Raffaele, Italgas, Leonardo, Miroglio Group, Oneday, Pirelli, Talent Garden, Venchi, Vodafone, Wind3.

# Ardian усилила инвестиции в Jakala и приобрела 60% компании

## Ardian вместе с основателем компании Маттео де Брабантом, управляющей командой и другими акционерами ставят целью стать одним из мировых лидеров в сфере martech

Ведущий в мире частный инвестиционный фонд Ardian анонсировал приобретение мажоритарного пакета акций Jakala, лидера в области маркетинговых технологий в Италии и одного из лидеров в Европе. Jakala работает на быстро меняющемся рынке, помогая своим клиентам, в основном крупным компаниям, максимально эффективно использовать технологии и данные для усиления и развития их бизнеса благодаря инновационным маркетинговым решениям и проектам в области повышения коммерческого потенциала.

Ardian увеличила свои инвестиции в компанию после первичной инвестиции в миноритарный пакет акций командой Ardian Growth под руководством Лорана Фоата в 2018 году, получив уверенность в постоянно растущей прибыли компании и инновационной бизнес-модели. Вместе с Ardian и Маттео де Брабантом, которому принадлежит 25% группы Jakala, в Jakala реинвестировали акционеры The Equity Club (Роберто Феррареси и Mediobanca), H12 (Луиджи, Элеонора и Барбара Берлускони), PFC, семейный холдинг Marzotto (Гульельмо Нотарбартоло) и текущее руководство группы компаний.

Благодаря новым инвестициям Ardian, у Jakala будут ресурсы и поддержка со стороны индустрии, необходимые для ускорения роста компании в Италии и за ее пределами, в том числе благодаря приобретениям других компаний. Фонд Ardian, оставаясь верным инвестиционному подходу с полной поддержкой предпринимателей для усиления роста компаний с высоким потенциалом и создания ценности для всех акционеров, приняла решение поддержать Jakala, лидера в быстро растущем секторе Martech в международной экспансии компании на основе процессов цифровой трансформации.

После инвестиций от Ardian и других акционеров в капитал Jakala в июле 2018 года, группа компании ускорила свой рост, выходя на новые рынки (США, Великобритания, Бразилия и Польша) и через важные приобретения: Volponi, которая позволила Jakala усилить свои позиции в мире вовлечения клиентов и 77 Agency, одно из крупнейших независимых итальянских цифровых медиа агентств.

Команда Ardian Buyout в Италии, с управляющим директором Марко Беллино и Яном Шаретоном, а также топ менеджмент Jakala под руководством Маттео де Брабанта и генерального директора Стефано Педроно, отметили: «Уникальность и компетенции делают Jakala ключевым игроком на рынке Martech на международном уровне с высоким потенциалом роста в различных географических областях. Поддержка такого инвестора, как Ardian, лидера среди частных инвестиционных фондов в Европе, будет неотъемлемой на следующем этапе развития. Jakala и Ardian полностью сходятся в своем видении на цели и ценности, важным примером чего является проект B Corp».

---

## Martech Days 2021

Jakala анонсирует проведение ежегодной конференции Martech Days, состоящей из серии встреч, где эксперты делятся лучшими практиками и будущими трендами, анализируют многообещающие технологии и решения для поддержки бизнес-трансформации.

Впервые конференция Martech Days была проведена в 2018 году для обсуждения вызовов в области продаж и маркетинга, появившихся из-за быстрой и комплексной эволюции в условиях высокой конкуренции. Знания о том, как эффективно управлять данными и технологиями, людьми и процессам для того, чтобы сделать клиентский опыт согласующимся, удивляющим и бесшовным – это стартовая точка уникальных обсуждений того, как предоставить клиентам наиболее инновационные решения для внедрения.

Конференция строится вокруг девяти стратегических тем и включает 27 встреч за закрытыми дверями, во время которых лидеры мнений будут обсуждать передовой опыт конкурентных сценариев, а также пленарное заседание в ноябре 2021 года, во время которой будут подведены итоги мероприятий.



**MARTECH**  
**DAYS**

Unlock your business potential

## Now Tech: Loyalty Marketing, Q4 2020” от Forrester Research

### Jakala стала единственной компанией из Италии, упомянутой как гибридный поставщик в “Now Tech: Loyalty Marketing, Q4 2020” от Forrester Research

Jakala представлена среди 41 компании с оборотом от 25 до 75 миллионов долларов в секторе компании, которые являются техническими, сервисными и гибридными провайдером, предлагающим B2C лояльность и маркетинговые услуги.

Международная исследовательская компания Forrester проанализировала технологии и их влияние на общество и конечных потребителей и опубликовала отчет Now Tech: Loyalty Marketing, Q4 2020 – Tools and Technology: The Customer Loyalty Playbook”, который включает анализ лидирующих компаний, предлагающих услуги по маркетингу и лояльности, с классификацией по размеру, функциям, географии и положению на вертикальном рынке. Растущие ожидания потребителей в отношении брендов и покупательского опыта повысили ставки для компаний, которые стремятся разработать компании, которые могут вовлекать, удерживать и привлекать новых клиентов.

В отчете продемонстрировано, что для усиления взаимоотношений с потребителем важно определить стратегию на основании данных, которые учитывают поведение клиентов по отношению к бренду. Для занятия конкурентных позиций, сегодня брендам необходимо глубоко понимать покупателей и предлагать «индивидуальные» решения, так как просто присоединение к программе лояльности не означает связанности с брендом. Важнейшими действиями для достижения этой цели являются анализ данных, проведение маркетинговых исследований.

Jakala, зародившаяся в Италии, компания в сфере martech, предлагает свои клиентам поддержку в стратегических, аналитических, цифровых и технологических областях, создавая конкурентное преимущество с измеримым влиянием на финансовые показатели компании, благодаря наилучшему сочетанию таких инструментов, как данные, продвинутая аналитика, геоаналитика, технологии, дизайн контента и дизайн опыта. Анализ покупательских потребностей и предпочтений позволяет нам поддерживать наших клиентов в дизайне и внедрении новых моделей вовлечения, способных усилить клиентский опыт на каждом этапе пользовательского опыта.