

Автоматизация программы лояльности Askona на Creatio

Аннотация

За почти 30 лет работы клиентами «Аскона» стали миллионы людей в России и Восточной Европе. Ежегодно компания расширяет сеть точек продаж и наращивает клиентскую базу. Для построения идеальных взаимоотношений с клиентами в «Асконе» функционирует программа лояльности, которую компания приняла решение усовершенствовать. Для реализации проекта требовался инструмент, мощности которого позволят обрабатывать постоянно растущие объемы клиентских данных. В результате выбор был сделан в пользу платформы Creatio. Система позволяет компании в единой цифровой среде управлять программой лояльности, которая охватывает клиентов двух онлайн-магазинов и более 900 торговых точек.

Введение

Группа компаний «Аскона», крупнейший в Восточной Европе производитель и ритейлер товаров для здорового сна:

- Основной рынок - Россия и СНГ
- 8 фабрик в России, 1000 магазинов, основной поставщик IKEA и HOFF
- С 2016 года открыт филиал в Китае, в 2018 – в США и Германии
- В 2019 году открыты филиалы на Кипре, в Испании и Португалии
- Количество сотрудников – 9330 человек

«Аскона» — самый узнаваемый бренд матрасов в России. Знание бренда с подсказкой – 86%. Узнаваемость сети товаров для здорового сна — 71%.

Бизнес-контекст

Предпосылки к реализации проекта:

- Задублированные клиентские данные.
- Задублированные бонусные карты (как пластиковые на физическом носителе, так и виртуальные).
- Отсутствие единой мастер-системы по клиентам, а именно ни в одной учетной системе не было полной базы данных клиентов (ERP – только клиенты с покупками; внутренняя CRM – все клиенты кроме клиентов с виртуальными картами без покупок; внешний процессинг Программы лояльности – только клиенты с бонусными картами; сайт – только клиенты с покупками через интернет-магазин).
- Неавтоматизированные процессы – 20% всех начислений бонусов по покупкам на карты клиентов производилось вручную (например, при покупке в рассрочку, при оплате через мобильные терминалы, при возврате товара).

- Большие трудозатраты и длительные сроки подключения любого нового сервиса для клиентов и доработок по оптимизации процессов.
- Технические ограничения текущих систем с дальнейшим ростом сети и запуска новых направлений бизнеса.
- Отсутствие единого модуля для отправки коммуникаций для offline и online клиентов.
- Отсутствие данных по покупкам клиентов в модуле по управлению Программой лояльности (не было возможности сегментировать клиентов и настраивать персональные акции, исходя из покупок клиентов).

Бизнес-процесс

Задачи проекта:

- Централизованное управление клиентской базой (единая омниканальная база данных)
- Чистые клиентские данные (нет задвоенных клиентов, дедубликация базы при переносе данных)
- Идентификация пользователя в программе лояльности по номеру телефона (упрощение системы регистрации)
- Единые сервисы и правила для регистрации и изменения клиентских данных во всех каналах
- Реальная история покупок клиентов (интеграция оффлайн и онлайн)
- Единое место ведения маркетинговых акций с простым и понятным интерфейсом для бизнес пользователя
- Единый модуль для отправки коммуникаций (e-mail, SMS)
- Триггерные сценарии с возможностью настройки отправки коммуникаций в разные каналы
- Сегментирование клиентов
- Процессинг программы лояльности и маркетинговых акций

Трудности

- Необходимость оптимизации текущих бизнес-процессов по регистрации контактов и списанию/начислению бонусов по программе лояльности без перестроения бизнес-процессов работы розничной сети.
- Одновременный перенос процессинга лояльности на Creatio и запуск нового сайта (двойной объем работ по интеграции CRM с сайтом).
- Изменение технического дизайна и методов интеграции в процессе запуска (доработка API по контакту и процессингу покупок на этапе интеграции).

- Разные команды разработчиков, реализующие интеграцию CRM с каждой учетной системой.
- Синхронизация и дедубликация контактов из 4 источников.

Результаты

Что мы получили:

- Централизованное управление клиентской базой. База клиентов в creatio является мастер-системой с дедублированными данными. В момент создания нового клиента ему присваивается уникальный идентификатор, который в дальнейшем передается в другие системы.
- Чистые клиентские данные (нет задвоенных клиентов)
- Идентификация пользователя в программе лояльности по номеру телефона (упрощение системы регистрации). Списание/начисление бонусов по заказам клиентов привязано к телефону покупателя, полностью автоматизировано и производится на стороне creatio.
- Единые сервисы и правила для регистрации и изменения клиентских данных во всех каналах.
- Реальную историю покупок клиентов (интеграция оффлайн и онлайн)
- Единое место ведения маркетинговых кампаний с простым и понятным интерфейсом для бизнес пользователя.
- Единый модуль для отправки коммуникаций (e-mail, SMS, Viber), в том числе каскадная отправка
- Триггерные сценарии с возможностью настройки отправки коммуникаций в разные каналы, часовые пояса.
- Сегментирование клиентов.
- Процессинг программы лояльности и маркетинговых акций со списанием/начислением бонусов.
- Активная база для email-рассылок увеличилась в 2 раза.
- Ежемесячное сокращение списаний бонусов за счет уменьшения ФРОДа – 2 млн. рублей в месяц.

Партнер

Проект был реализован совместно с компанией «Программные технологии» менее чем за полгода.