

Компания Loymax реализует программу лояльности для сети магазинов правильных вещей для кухни «Williams Et Oliver»

Тематика: Консалтинг и B2B-услуги
Корпоративные новости

Дата публикации: 2.11.2022

г. Москва

Дата мероприятия / события: 1.11.2022

Москва, 1 ноября 2022 года. Российская компания — разработчик комплексной платформы для автоматизации маркетинга Loymax интегрирует программу лояльности для ведущей сети магазинов правильных вещей для кухни «Williams Et Oliver». Теперь клиентам будут доступны персональные скидки и бонусные преференции, а также статусная система.

Москва, 1 ноября 2022 года. Российская компания — разработчик комплексной платформы для автоматизации маркетинга Loymax интегрирует программу лояльности для ведущей сети магазинов правильных вещей для кухни «Williams Et Oliver». Теперь клиентам будут доступны персональные скидки и бонусные преференции, а также статусная система.

«Williams Et Oliver» совмещает в себе более трёхсот брендов и является одним из крупнейших магазинов на рынке кухонной утвари. До сотрудничества с Loymax компания имела дисконтную программу, однако в ней отсутствовала возможность предоставления бонусных преференций покупателям. Основная цель «Williams Et Oliver» — повышение лояльности клиентов и привлечение новых покупателей.

Компания Loymax полностью реализовывает проект: от формирования дорожной карты до интеграции технического процессинга. Помимо этого, команда Loymax внедрила статусную систему. Теперь в «Williams Et Oliver» каждый покупатель может получить статус, который даёт возможность вернуть определенный процент кэшбэка на бонусный счёт.

На данном этапе внедрения команда Loymax интегрировала два основных модуля: Loyalty и BI, финальный модуль Smart Communications будет запущен в ближайшие сроки. Модуль Loyalty является основной целью «Williams Et Oliver», так как он отвечает за управление преференциями в рамках программы лояльности. Модуль BI необходим для отслеживания аналитики и результатов проекта. Именно он играет важную роль в привлечении новых клиентов. Модуль Smart Communications отвечает за поведение клиента на сайте и автоматическую коммуникацию с ним. Синергия трех модулей даёт максимальный результат от программы лояльности и позволяет закрывать все бизнес-задачи клиента.

«Мы выбрали Loymax из-за широких возможностей их программы лояльности. Это довольно сложный механизм, однако экспертность и функциональность программы лояльности полностью отвечает всем запросам нашей компании. Основная цель, с которой мы пришли к Loymax, — повышение лояльности и мы убеждены, что этот показатель будет развиваться в позитивной динамике. На этапе внедрения никаких проблем в коммуникации нет — интеграция проходит оперативно и уже сегодня можно увидеть первые результаты, посетив любой магазин сети или совершив покупки на сайте» — прокомментировала Екатерина Пантелеева, Руководитель программы лояльности Williams Et Oliver

«Проект для мультибрендового магазина «Williams Et Oliver» является одним из лучших и иллюстративных кейсов. Мы старались максимально оперативно выполнить задачу клиента и предложили решение, которое полностью отвечает запросам отдела маркетинга и потребностям широкого пула клиентов, несмотря на довольно обширную инфраструктуру сети магазинов», — прокомментировала Мария Форостьянова, директор по продуктам Loymax.

В дальнейшем планируется развитие системы Loymax в сети магазинов «Williams Et Oliver», а именно: аналитика результатов, экспертная оценка работы программы лояльности и обучение сотрудников.

О Loymax

Loymax — ведущий разработчик решений в области MarTech. Среди решений компании — CRM-система/процессинг для создания программ лояльности и управления ими, коммуникации с клиентами, аналитический модуль и рекомендательная система на базе машинного обучения.

Компания Loymax с 2010 года оказывает полный перечень технических и организационных услуг по созданию, запуску и ведению программ лояльности для сетей из различных сфер ритейла: FMCG, Drogerie, Fashion, DIY, аптеки, HoReCa, АЗС и банков.

Контакты для СМИ

pr@loymax.ru

Постоянная ссылка на материал: <http://smi2go.ru/publications/147714/>