



COMARCH EMM

COMARCH LOYALTY MANAGEMENT

KOMPLEKSOWE ZARZĄDZANIE PROGRAMEM LOJALNOŚCIOWYM

COMARCH LOYALTY MANAGEMENT

Jednym z najistotniejszych elementów strategii marketingowej każdej firmy jest kształtowanie długoterminowych relacji z klientami. Prawidłowa realizacja tej strategii wspierana jest poprzez implementację wyjątkowego i skutecznego programu lojalnościowego. Premiowanie określonych działań klientów, stosowanie różnego rodzaju bodźców motywacyjnych oraz personalizowany dialog z klientem mogą przynieść wymierne benefity, zarówno finansowe – maksymalizacja zysków, jak i marketingowe – promocja marki oferowanych produktów czy usług. Przyczynia się to do stworzenia kompletnej bazy informacji o zachowaniach i zwyczajach klientów, którą następnie można wykorzystać w celu dostosowania oferty do ich potrzeb.

Comarch Loyalty Management to system lojalnościowy wspierający programy różnej wielkości, zarówno multipartnerskie, jak i stand-alone, który można dopasować do specyficznych wymagań operatorów programów. System wspomaga funkcjonowanie programów lojalnościowych w szerokim spectrum, od komunikacji z uczestnikami, logistyki i zarządzania nagrodami, tworzenia reguł biznesowych, analizę danych, współpracę

z partnerami, po integrację z systemami zewnętrznymi. Aplikacja umożliwia tworzenie rozbudowanych programów funkcjonujących międzynarodowo w różnych branżach, takich jak: handel detaliczny, sieci paliwowe, bankowość i finanse, telekomunikacja.

Comarch Loyalty Management posiada pełen zestaw narzędzi umożliwiających stworzenie efektywnego, a jednocześnie niepowtarzalnego na rynku programu lojalnościowego.

COMARCH LOYALTY MANAGEMENT – LOJALNOŚĆ WSPIERANA TECHNOLOGIĄ:



Wydajność operacyjna

- ▶ Automatyczne uruchamianie promocji
- ▶ Dostęp online i wykorzystanie najnowszych technologii
- ▶ Wielokanałowa komunikacja
- ▶ Dostęp do pełnego zestawu informacji o kliencie i jego upodobaniach
- ▶ Elastyczne reguły biznesowe
- ▶ Powiadomienia dla użytkowników
- ▶ Automatyczna detekcja fraudów



Satysfakcja klienta

- ▶ Analiza danych klienta – klucz do opracowania właściwych ofert
- ▶ Spersonalizowana komunikacja
- ▶ Dostosowanie oferty, czasu i sposobu jej przedstawienia
- ▶ Segmentacja klientów i oferty specjalne
- ▶ Wiele kanałów redempcji
- ▶ Cenne nagrody
- ▶ Pełny wgląd w historię operacji



Większe zyski

- ▶ Wzrost sprzedaży – zwiększenie częstotliwości transakcji klienta oraz wartości jego koszyka zakupowego
- ▶ Zwiększenie wartości marki
- ▶ Koncentracja działań na najcenniejszych klientach (20% -> 80%)
- ▶ Możliwość przyłączenia partnerów do programu
- ▶ Akcje up-selling i cross sellingowe
- ▶ Wiedza na temat preferencji klientów

KLUCZOWE FUNKCJONALNOŚCI SYSTEMU:

- ▶ Bezpośrednia obsługa różnych kanałów komunikacji: email, SMS, POS, Call Center, Portal Klienta,
- ▶ Szablony promocji i zaawansowane definiowanie własnych reguł biznesowych
- ▶ Monitoring kluczowych wskaźników funkcjonowania programu
- ▶ Wieloaspektowa segmentacja klientów
- ▶ Kompleksowe zarządzanie nagrodami
- ▶ Raportowanie online i analizy
- ▶ Możliwość integracji z wieloma systemami i partnerami
- ▶ Pełna obsługa loterii i kuponów

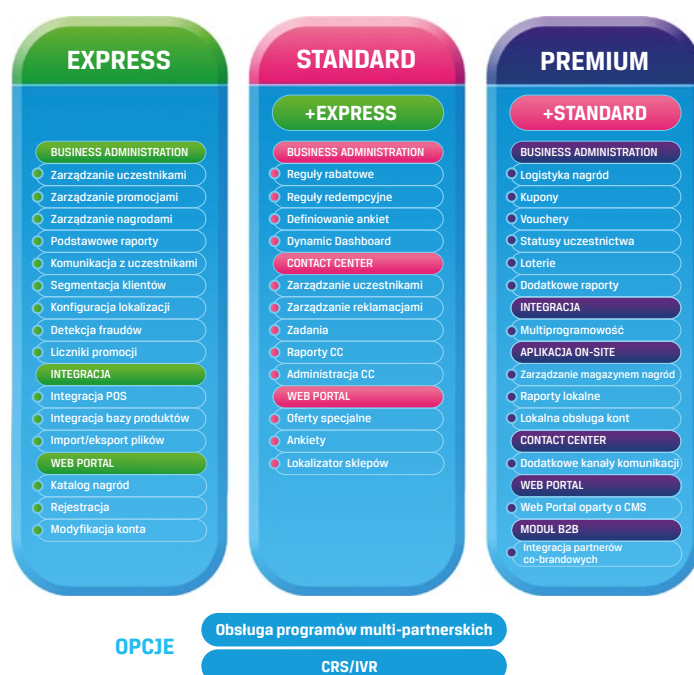
TRZY WERSJE SYSTEMU SPEŁNIAJĄCE RÓŻNE POTRZEBY BIZNESOWE:

Każda z wersji **Comarch Loyalty Management** umożliwia kreowanie coraz bardziej złożonych programów lojalnościowych i łączy najczęściej wykorzystywane funkcjonalności:

Express - dla szybkiego wdrożenia programu

Standard - pełny zestaw funkcjonalności dla programów typu stand-alone

Premium - idealne rozwiązanie dla programów multi-partnerskich z rozbudowanymi funkcjonalnościami CRM



KONKURENCYJNA PRZEWAGA SYSTEMU COMARCH LOYALTY MANAGEMENT:

- ▶ Innowacyjność i elastyczność w użytkowaniu
- ▶ Elastyczne warunki sprzedaży i zasady współpracy
- ▶ Krótki czas wdrożenia
- ▶ Modularność architektury
- ▶ Najkrótsze czasy wprowadzania nowych strategii marketingowych dzięki regułom promocyjnym
- ▶ Ponad 10 lat doświadczeń na rynku polskim oraz zagranicznym

DOŚWIADCZENIE W WIELU BRANŻACH I PROGRAMACH KOALICYJNYCH:

Comarch Loyalty Management funkcjonuje już w wielu firmach z różnych branż, takich jak: paliwowa: **BP Global, Statoil, OKKO, Lotos Paliwa**, sieci handlowe: **Perekrestok, Alma Market, Leroy Merlin**, piwowarska: **Grupa Żywiec**, telekomunikacyjna: **Telefonia Dialog**, finansowa: **Lukas Bank, Pemco Technologies**, farmaceutyczna: **Polska Grupa Farmaceutyczna**, komercyjne programy wielopartnerskie: **Premium Club** w Polsce oraz **Malina** w Rosji.

Comarch SA
Al. Jana Pawła II 39 a
31-864 Kraków
Polska

tel.: +48 12 64 61 000

fax: +48 12 64 61 100

e-mail: services@comarch.com

www.marketingmanagement.comarch.pl

www.comarch.com

www.comarch.pl

www.comarch.de

www.uslugi.comarch.pl

www.comarch.ru

www.comarch.fr

Spółka Comarch Spółka Akcyjna z siedzibą w Krakowie, Aleja Jana Pawła II 39A, zarejestrowana w Krajowym Rejestrze Sądowym prowadzonym przez Sąd Rejonowy dla Krakowa – Śródmieścia w Krakowie XI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 000057567. Wysokość kapitału zakładowego Spółki wynosi 7,518,770,00 zł. Kapitał zakładowy został wpłacony w całości NIP: 677 - 00 - 65 - 406
Copyright © Comarch 2010. Wszystkie prawa zastrzeżone.