## Кейс 3

## Стратегия улучшения взаимодействия с клиентами через цифровизацию программы лояльности

***Задание.***
***На основе приведенного ниже примера обоснуйте стратегические преимущества цифровых технологий в развитии программ лояльности. Приведите примеры других стратегий маркетинга, реализуемых на основе современных цифровых технологий.***

Международная компания 3M запустила технологический проект по улучшению взаимодействия с клиентами на базе технологии блокчейн. В рамках проекта ряд продуктов 3M для авторемонтного бизнеса получает NFC-метки и QR-коды, сканируя которые, покупатели получат уникальный мультимедийный контент, а также станут участниками программы лояльности 3M на базе мобильного приложения 3M-Auto.

Проект реализован на основе решения проекта Verisium (резидент центра инноваций «Лаборатории Касперского»), использующего блокчейн-платформу Quorum от J.P. Morgan и архитектурные сервисы Microsoft в облаке Azure. Оно позволяет учитывать NFC-метки и QR-коды в системе и тем самым гарантирует подлинность товара.

Покупатели через смартфоны могут сканировать QR-коды на товаре, получают доступ к информации о нем и советам по его использованию. За каждый отсканированный в приложении 3M-Auto продукт клиенту начисляют баллы, которые можно обменивать на призы от 3M.
Для обеспечения уникальности считываний QR-кодов, они будут защищены скретч-пленкой. Защита от попыток подделать код достигается благодаря системе индикации в приложении при повторном сканировании одного и того же кода.
Платформа Verisium обеспечивает проверку подлинности каждого товара. Технология блокчейн в облаке Microsoft Azure гарантирует безопасное хранение и защиту от фальсификации данных.

Ожидается, что реализация проекта позволит компании 3M лучше понимать и анализировать потребности клиентов, и на основе данных о покупках в приложении 3M-Auto формировать персонализированные предложения.

В программе лояльности участвуют фокусные продукты 3M для авторемонта: абразивные и полировальные материалы, решения для маскировки, система для приготовления и смешивания красок PPS™, герметики и клеи в России, Беларуси и Казахстане, а продукция с NFC-метками – в официальном

интернет-магазине компании, в онлайн-магазинах «Все инструменты», «220 Вольт» и других. Коммуникация клиентов с брендом 3М через смартфоны, мобильное приложение 3М-Auto или сканирование NFC-меток позволяют покупателям быть в курсе новейших рекомендаций по использованию продукта, заявил директор бизнес-группы Безопасность и Промышленность 3М в России и СНГ.

Проект 3М является одним из первых коммерческих проектов, использующих облако и блокчейн для создания новой бизнес-модели коммуникации с клиентами, считают эксперты. 3М анонсировала первые результаты проекта по цифровизации программы лояльности. В июле 2019 года ряд продуктов 3М для авторемонтного бизнеса был оснащен NFC-метками и QR-кодами, сканируя которые, покупатели могут получать уникальный мультимедийный контент, коммуницировать с брендом, а также регистрировать баллы за приобретаемую продукцию в мобильном приложении 3М-Auto или на сайте. Участники программы могут обменивать накопленные баллы на призы.

«Программа пользуется успехом у клиентов, – отметил руководитель по продажам отдела материалов для авторемонта компании 3М Россия СНГ. – Мы видим более чем трёхкратный рост количества активных участников, а самих продуктов в программе лояльности в этом году регистрируется в 4 раза больше, по сравнению с аналогичным периодом прошлого года». За 4 месяца участники программы лояльности «Разгонись с 3М» зарегистрировали уже более 30 000 баллов через мобильное приложение «3М-Auto».

В программе лояльности уже участвуют пользователи из 27 регионов России, а также Беларуси и Казахстана. По количеству набранных баллов лидируют Москва и Московская область, Нижегородская, Минская, Новосибирская области, Алтайский край, Республика Татарстан. Больше всего продукции отсканировано за пределами Москвы и Московской области.

3М намерена и дальше расширять количество групп продуктов, участвующих в инициативе, что позволит компании более детально анализировать коммуникацию со своими потребителями и формировать для них персонализированные предложения.

*(по материалам: https://www.cnews.ru/news/line/2019-07-04_3m_tsifroviziruet_programmu_loyalnostirabota?fbclid=IwAR1-Y1e2tMxFhdGc1tPLmW8xwxf1UCq2UU-jEhJL0-xk6Q_GqGbC2m2ZjtI*

*https://www.retail-loyalty.org/news/kompaniya-3m-perevodit-programmu-loyalnosti-na-blokcheyn/?fbclid=IwAR1Gmci_UNn5qgKN2btLo5OLsuUx9aw2wcQnyT4H061dhv24N-DGyXC9fKw*

*https://www.cnews.ru/news/line/2019-11-21_3m_uvelichila_chislo_aktivnyh)*