

ACCENTURE: SUBWAY

VIDEO TRANSCRIPT

63% клиентов за час до обеда еще не знают точно, что они будут есть, и 44% из них ищут идеи для вдохновения в своем смартфоне.

«НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА КЛИЕНТСКИЙ СЕРВИС. CDO SUBWAY РАССКАЗЫВАЕТ О ПЕРСОНАЛИЗАЦИИ СЕРВИСА»

Ожидания наших клиентов формируются мировыми гигантами, адептами новейших цифровых технологий, такими как Amazon и Uber.

Поэтому, если мы не представлены в мобильном приложении, не внедряем современные технологии, не находимся на одной волне с нашими клиентами, то мы не можем влиять на их потребительское поведение.

Два года назад мы вступили на путь цифровой трансформации. Весь первый год мы посвятили внедрению основной, фундаментальной технологии. После этого мы все еще рассылали одно универсальное электронное письмо для всех клиентов. Но уже в апреле мы рассылали письма в 220 разных версиях, и мы видим отличные результаты для бизнеса.

Если я подберу картинку в электронном письме для каждого конкретного клиента, основываясь на истории его покупок (скажем, вы любите индейку, и я отправлю вам в письме изображение индейки), то объем заказов в компании вырастет на 8%.

На 8%! Не уровень просмотров, не процент переходов по ссылке, а процент реальных продаж! И это только с помощью персонализированной картинки. Здесь не обойтись без цифровой инфраструктуры и маркетинговых технологий.

Число участников нашей программы лояльности выросло в 10 раз по сравнению со старой программой. Количество онлайн-заказов по сравнению с прошлым годом выросло вдвое, при этом не было расходов на продвижение или привлечение новых клиентов. И мы невероятно счастливы, что выбранная нами стратегия дает превосходные результаты. Клиенты открыто говорят вам о том, как они хотят взаимодействовать и общаться с вами: если вас нет в их мобильных устройствах, если вы не используете видеоресурсы, если у вас нет программы лояльности и персонализации, то вы безнадежно отстали. Это даже не вопрос конкурентоспособности, это просто соответствие минимальным ожиданиям ваших клиентов.