

08 июня 2017

«КОРУС Консалтинг» помогает Melon Fashion Group строить систему лояльности на базе Microsoft Dynamics AX

ГК «КОРУС Консалтинг» завершила проект по внедрению новой системы лояльности в магазинах розничной сети Melon Fashion Group. Решение, реализованное на платформе Microsoft Dynamics AX 2012 R3 и Microsoft Dynamics POS 2012, стало следующим шагом в рамках стратегии омни-канальности, выбранной fashion-ритейлером.

Melon Fashion Group — одно из крупнейших отечественных предприятий сегмента fashion-ритейл, под управлением которого находятся три бренда одежды: befree, ZARINA, LOVE REPUBLIC. Ритейлер ведет полный цикл деятельности fashion бизнеса — от моделирования и производства, до закупок и продажи товаров в более чем 600 магазинах в России, Украине, Казахстане, Белоруссии, Армении и Грузии.

Компания постоянно развивает технологическую базу и следит за ИТ-тенденциями, позволяющими оптимизировать взаимодействие с клиентами сети. Новая система лояльности — это маркетинговый инструмент, с помощью которого ритейлер планирует повысить продажи и увеличить



капитализацию каждого из брендов в своем портфеле. Реализация задуманного проекта по развитию омни-канальных продаж и системы лояльности стала возможна благодаря решению KORUS|Omni-channel на базе **Microsoft Dynamics AX** 2012 R3 и Microsoft Dynamics POS 2012.

Команда «KORUS Консалтинг», системного интегратора, который успешно реализовал предыдущие ИТ-проекты ритейлера, смогла всего за четыре месяца запустить новую систему во всех магазинах сети. Melon Fashion Group, продолжая развитие в рамках стратегии омни-канальности, получил гибкий инструмент, позволяющий устанавливать уникальные правила программ лояльности для трех разных брендов. Решение одновременно поддерживает работу системы лояльности и дисконтной программы, оно полностью интегрировано с интернет-магазинами и мобильными приложениями befree, ZARINA и LOVE REPUBLIC.

Учитывая большое количество магазинов сети, важно было предоставить головному офису возможность контроля за акциями (купоны, сезонные скидки, скидки на День Рождения и пр.), при этом решения об активации принимаются непосредственно в точках продаж. Внедренный еще в рамках предыдущего проекта модуль также включает механизмы управления услугами кредитования покупателей, реализована функция возврата товаров посредством POS-терминалов без заполнения бумажных заявлений, что существенно сокращает размер средней очереди на кассе. Дополнительно были произведены интеграции с сервисом рассылок, системой видеонаблюдения Set Prisma.

«Проект по созданию новой системы лояльности — продолжение нашей работы в рамках развития стратегии омни-канальности в компании. Мы объединили программы лояльности трех разных брендов в единую прозрачную систему, удобную как для покупателей, так и для сотрудников нашей сети. Приятным бонусом стала возможность работы с системой как в классическом интерфейсе, так и в touch-версии», — комментирует

Александр Колпаков, ИТ-директор АО «Мэлон Фэшн Груп».

«В ближайшие годы конкуренция на рынке fashion-ритейла будет только обостряться. Новые бизнес- и ИТ-инструменты, позволяющие оптимизировать взаимодействие с покупателями, станут тем плацдармом, который поможет бизнесу развиваться и увеличивать прибыль на существующих рынках, и, что не менее важно для ритейлера, выходить на новые», — подчеркивает **Дмитрий Ващилов, руководитель направления «Розничная торговля» департамента ERP ГК «КОРУС Консалтинг».**