1+1>3

ЗНАЙ НАШИХ!

42

ПРОГРАММА ОБЩЕСТВЕННОЙ ИНТЕГРАЦИИ

КЕМЕРОВО - **2010**

ЗНАЙ 42 НАШИХ!

Программа общественной интеграции нацелена на достижение следующих целей:

- **Сохранение, поддержка и развитие региональной конкуренции;**
- **Сохранение, поддержка и развитие среднего и малого бизнеса;**
- **Развитие и реализация общественно-значимых инициатив;**
- **Развитие стандартов качества товаров и услуг;**
- **Защита широких масс населения от инфляции;**
- **Повышение финансовой грамотности населения;**
- **Развитие инфраструктуры города;**
- **Сохранение социально-экономической стабильности и модернизация общества;**
- **Увеличение конкурентоспособности и ВВП.**

1+1>3

ЗНАЙ НАШИХ!

Для достижения поставленных целей используются следующие механизмы:

- **Общественный (попечительский) совет;**
- **Общественный фонд;**
- **Многоуровневая коалиционная программа лояльности;**
- **Центр обработки данных (процессинговый центр).**

ЗНАЙ 42 НАШИХ!

Партнерами программы являются:

- **Профсоюзные организации**
- **Бизнесмены, первые руководители организаций, политики и общественные деятели;**
- **Фонды по поддержке среднего и малого бизнеса;**
- **Торгово-сервисные предприятия, производители ТНП и продуктов питания;**
- **Средства массовой информации;**
- **Маркетинговые, рекламные и PR-агентства;**

ЗНАЙ 42 НАШИХ!

- Первым шагом по реализации намеченного стало соглашение о сотрудничестве с первой профсоюзной организацией: Кемеровской городской организации профсоюзов работников здравоохранения РФ. Было выпущено 5000 профсоюзных билетов в виде ко-брендовых пластиковых карт.
- Для увеличения эффективности был выбран партнер программы- Российская дисконтная система «Золотая Середина»- лидер по вовлеченности торгово-сервисных предприятий в нашем городе среди независимых коммерческих программ лояльности.
- Членский билет- дисконтная карта вручался члену профсоюзной организации в специальной фирменной упаковке с каталогом скидок, адаптированным к целям программы, и анкетой для сбора персональных данных, составленной в соответствии с законодательством РФ.
- Таким образом, для достижения своих целей, программа получила два первых собственных рекламно-информационных носителя: каталог и пластиковую карту.

1+1>3

ЗНАЙ НАШИХ!

- Третьим ежемесячным собственным рекламно-информационным носителем стали цветные объявления А4 формата, размещающиеся на информационных стендах в первичных профсоюзных организациях о специально организованных маркетинговых акциях для членов профсоюза.
- После обработки печатных анкет, которые прилагались к каждой карте, стали доступны e-mail и sms- рассылки: персональные каналы коммуникации.

1+1>3

ЗНАЙ 42 НАШИХ!

- Партнеры программы- аптеки, автозаправки, СТО, парикмахерские, продуктовые магазины, магазины одежды и строительных материалов, бытовой техники, химчистки, медицинские центры, школа иностранных языков, автошколы, строительно-ремонтные компании, кинотеатры.
- Осуществляется постоянная работа по организации специальных торговых акций и распродаж для участников программы- владельцев карт.
- Достигнуто соглашение о вхождение программу следующей профсоюзной организации города с численностью около 2000 человек.

1+1>3

ЗНАЙ НАШИХ!

- Механизмы обратной связи позволяют накапливать информацию о качестве товаров и услуг партнеров программы. Анализ этой информации и наличие прямых коммуникаций с предпринимателями и руководителями предприятий позволяет в кратчайшие сроки устранять слабые места в сервисе предприятий.
- К участию в программе активно привлекаются торгово-сервисные предприятия, проходящих ценз общественного совета как клиентоориентированных, готовых к инвестициям в клиентов.
- Отчисления предприятий (транзакции с продаж) формируют специальный финансовый фонд для реализации выбранных мероприятий.
- Общественно полезные мероприятия выбираются из предложений Общественного совета и предложений участников программы, зафиксированным на сайте программы.
- За счет приоритетной работы с местными предпринимателями, последние получают рыночное конкурентное преимущество по отношению к экспансии федеральных торговых сетей, путем перераспределения потребительских предпочтений и потоков.
- Экономическая эффективность, т.е. выгода для семейного кошелька владельца карты-участника программы безусловна. Например, купив телевизор стоимостью 10 000 рублей и получив скидку в 5%, семья сэкономит 500 рублей! Или, купив материалы для ремонта на сумму 15 000 рублей и получив такую же скидку, экономия составит уже 750 рублей. По подсчетам, среднестатистическая семья из 3-х человек с ежемесячным доходом на одного члена семьи в 10 000 рублей, за год в среднем может экономить 10 – 15 000 рублей, т.е. один среднемесячный заработок!
- Учась пользоваться картой, планировать покупки и «мониторить» цены в магазинах, семьи не только получают прямую экономию, но и могут позволить себе больше, за счет сэкономленного бюджета.

1+1>3