

МЕХАНИЗМ ПОВЫШЕНИЯ ИНДЕКСА ЛОЯЛЬНОСТИ ЖИТЕЛЕЙ НА ПРИМЕРЕ НОВОЙ БОРОВОЙ

Новая Боровая — один из самых масштабных и современных проектов в Республике Беларусь. Его застройщиком является компания «А-100 Девелопмент». Каждый год компания сталкивается с проблемой неудовлетворенности жителей уборкой снега в зимний период, что приводит к варьированию показателя NPS под влиянием фактора сезонности. Следовательно, оперативная цель компании — привести данный показатель в состояние стабильности или роста, чтобы снизить репутационные риски и решить проблему уборки снега.

Известно, что миссия «А-100 Девелопмент» направлена на изменение образа жизни людей. 9 октября 2017 г. Нобелевскую премию по экономике получил американец Ричард Талер за вклад в исследование поведенческой экономики. Его исследования подтвердили, что многие свойства человеческого поведения можно использовать не только для зарабатывания денег, но и подталкивания людей к решениям, которым они сами потом будут рады [1]. Следовательно, в качестве решения проблемы неудовлетворенности жителей целесообразно создать программу лояльности «Новая Боровая», подразумевающую побуждение у жителей Новой Боровой желания принимать непосредственное участие в поддержании территории проживания в качественном состоянии, а также повысить привлекательность жилого фонда совместными усилиями.

Авторами был разработан прототип интерфейса в приложении «А-100 Комфорт», который содержит дополнительную вкладку с тремя разделами:

1) «фотографии». Система работает, как в каршеринге: сфотографировать место до/после, отправить результат с комментарием и получить баллы;

2) «баллы». Пользователю представлены данные о количестве его баллов, вознаграждении и личном рейтинге в списке жителей;

3) «партнерская программа». Раздел, в котором можно обменять баллы на предложения компании «А-100 Комфорт» и партнеров (накопительные скидки при посещении и заказе тортов в местной кондитерской «Cakes.by» и кофейне «Seadog&Friends»), оплата 30 % стоимости обслуживания жилого фонда баллами, оплата 30 % услуг АЗС А-100 баллами).

В программу лояльности, согласно авторскому видению, должна входить и организация председателями товариществ собственников запланированных развлекательных мероприятий в следующем формате: в декабре — соревнования по уборке снега; в январе — розы-

грыш призов; в феврале — квест; в марте — квест совместно с розыгрышем призов.

Важным аспектом при разработке программы лояльности является определение периода ее окупаемости. Для этого была проанализирована эффективность партнерских программ, рассчитан доход «А-100 Девелопмент» с условием средних потоков покупателей услуг АЗС, продукции общественного питания в разные дни недели, учтены расходы на приобретение уборочного инвентаря (особенно детских лопат, так как мероприятие направлено в большей степени на семьи, их активность) и призов, которые будут разыгрываться на мероприятиях. После расчета прибыли от внедрения мероприятий был получен прогнозируемый срок окупаемости. Далее эту схему программы следует развивать с учетом пор года и тех целей, которые преследует компания.

Таким образом, благодаря реализации предложенного мероприятия компания «А-100 Девелопмент» сможет справляться с погодными условиями в долгосрочной перспективе, развивать коммерческую недвижимость на территории Новой Боровой, перенаправляя туда потоки покупателей, распределять денежные потоки между подразделениями компании («А-100 Девелопмент», «А-100 Комфорт», «А-100 АЗС»). Следовательно, будет минимизирован репутационный риск за счет стабилизации и повышения показателя удовлетворенности жителей NPS.

Источник

1. Нобелевскую премию дали за теорию принятия решений [Электронный ресурс] // Forbes.ru. — Режим доступа: <https://forbes-nob.ru>. — Дата доступа: 01.12.2023.