Objectivity

Führendes Einzelhandelsunternehmen verwaltet Treueprogramme durch die Entwicklung einer plattformübergreifenden Anwendung

Morrisons

Case Study

www.objectivity.de

Morrisons, eine der führenden Supermarktketten in Großbritannien, wollte ein neues Treueprogramm für Mitglieder schaffen, um wichtigen Mitarbeitern im Gesundheits- und Bildungssektor Zugang zu Sonderangeboten und Rabatten zu gewährleisten. Dank des Know-how von Objectivity über den Geschäftsablauf und die DevOps-Funktionen des Kunden wurden die beiden neuen Funktionen jeweils in nur einem Monat bereitgestellt.

Geschäftsanforderungen

Morrisons ist bestrebt, allen Menschen in Großbritannien Lebensmittel und andere wichtige Produkte zur Verfügung zu stellen und Corporate Social Responsibility (CSR) ist für sie von großem Wert. Aus diesem Grund reduzieren sie Plastikmüll und unterstützen Recycling, gegen den Klimawandel und helfen ihren Mitarbeitern und Kunden. Darüber hinaus haben sie an einer nachhaltigen Beschaffung ihrer Produkte gearbeitet und britische Landwirte unterstützt – 100% des Fleisches, der Milch und der Eier ihrer eigenen Marke stammen aus Großbritannien. Ihre Kunden können von Clubmitgliedschaften profitieren, die Sonderangebote und Rabatte bieten. Ende 2019 gab es Clubmitgliedschaften für Studenten und für Eltern mit Neugeborenen.

Als die COVID-19-Pandemie in den ersten Monaten des Jahres 2020 begann, suchte Morrisons nach Möglichkeiten, um den wichtigsten Berufsgruppen in diesen schwierigen Zeiten zu helfen. Sie beschlossen eine neue Mitgliedschaft zu gründen, der den Mitarbeitern des Gesundheitswesens gewidmet wurde. Im Juni 2020 entwickelt, gefolgt von einem Lehrerclub im Dezember desselben Jahres – Mitgliedern hatten Zugang zu speziellen Sonderangeboten.

Eine große Herausforderung bei der Gründung und Verwaltung dieser Clubmitgliedschaften war die Überprüfung der Beitrittsberechtigung. Während das Hauptziel darin besteht, die Kunden zu unterstützen, die während der Pandemie die Hauptakteure sind, wollte Morrisons die unbefugte Nutzung dieses Programms so weit wie möglich reduzieren. Zusätzlich mussten die Teams, die für die Gründung jedes Programms verantwortlich waren, unter Zeitdruck arbeiten. Schlüsselarbeitskräfte brauchten so schnell wie möglich Hilfe, nicht in sechs Monaten.

Project Details

Als Reaktion auf die COVID-19-Pandemie überlegte Morrisons, wie die wichtigsten Mitarbeiter des Gesundheitswesens an vorderster Front unterstützt werden konnten – Krankenschwester, Rettungsdienste, Ärzte und andere, die jeden Tag ihr Bestes geben, um die Pandemie zu bekämpfen. In der ersten Märzhälfte entstand die Idee für einen „Gesundheits-Club“, der den geprüften Schlüsselkräften Rabatte und Sonderangebote bietet. Kunden, die einen Nachweis in einem stationären Geschäft zeigen können oder beim Online-Einkauf eine offizielle E-Mail-Adresse senden, sind für das Programm berechtigt.

Im Laufe des nächsten Monats wurden spezifische Anforderungen entwickelt, wobei alle diese Anforderungen bis Mitte April abgeschlossen waren. Die Entwicklung und Erprobung der neuen Clubmitgliedschaft wurde Ende April mit der Live-Veröffentlichung in der ersten Maiwoche abgeschlossen. Der gesamte Prozess dauerte von Anfang bis Ende weniger als einen Monat.

Zu den Anforderungen des neuen „Gesundheits-Clubs“ gehörte das zufällige Abrufen von Dokumenten. Während DynamoDB eine ausgezeichnete Wahl für andere Backend-Datenzugriffsfunktionen war, erforderten begrenzte Funktionen unter Verwendung eines Zufallsmechanismus, eine alternative Technologie. Das Objectivity-Team entwickelte, bestehend aus einem Frontend-Entwickler, einem Qualitätsingenieur und einem Backend-Entwickler, schnell eine Lösung, damit die Veröffentlichung wie geplant fortgesetzt werden konnte.

Aufbauend auf dem Erfolg des Loyalitätsprogramms wurde das Konzept im November 2020 um einen „Lehrer-Club“ erweitert. Nach einer Woche, in der Anforderungen speziell für das Mitgliederverifizierungssystem gesammelt wurden, begann die Entwicklung in der zweiten Novemberhälfte. Das fertiggestellte Programm wurde in der ersten Dezemberhälfte veröffentlicht.

Angesichts des potenziellen Bedarfs an zukünftigem Wachstum waren eine Überprüfung und Designänderung des Codes und der Architektur erforderlich. Diese Änderungen, vor allem in Bezug auf die Parametrisierung, würden eine einfache Hinzufügung zukünftiger Programme ermöglichen. Da keine neuen Technologien erforderlich sind, haben diese Änderungen die Entwicklungszeit für das Frontend erheblich verkürzt. Backend-Ergänzungen wurden in Java vorgenommen und Frontend-Änderungen in AngularJS für die Web-App, SWIFT für iOS und Java für Android implementiert.

Die größte Herausforderung des Projekts war die technische Komplexität bei der Schnittstelle zwischen mehreren Systemen und der zusätzliche Schutz vor Betrug auf einer komprimierten Timeline. Die Daten mussten zwischen dem Frontend (Web- und Mobilanwendungen), den von Objectivity erstellten APIs und Morrisons CRM fließen. Die Reduzierung des möglichen Missbrauchs des Systems war entscheidend. Darüber hinaus arbeitete das Objectivity-Projektteam mit zwei anderen Lieferanten von Morrisons zusammen, darunter einem, der vollständig für das Qualitätsmanagement verantwortlich ist. Aufgrund der hervorragenden technischen Fähigkeiten des Objectivity-Teams und der Tatsache, dass der BA des Projekts neben dem Backlog-Management auch einige Aufgaben des Projektmanagers übernehmen konnte, wurden diese Herausforderungen bewältigt.

Alle der vier System-Komponenten (Android, iOS, Web Frontend, Java Backend) benötigten Veränderungen. Bestehende Endpoints wurden erweitert, um neue Daten zu senden, ein neuer Endpoint wurde hinzugefügt, um das Kundenerlebnis zu verbessern. Das Web-Frontend umfasste das Hinzufügen von benutzerdefinierten Marketinginhalten für das neue Club-Programm und die Kommunikation mit dem Backend. Die mobilen Apps wurden aktualisiert, um den neuen Club aufzunehmen. Der Bedarf an Plastikkarten wird somit in Zukunft reduziert und Benutzer haben ihre Kundenkarte und somit ihre Rabatte in der App immer griffbereit.

Geschäftsvorteile

Über einen Zeitraum von zwei Monaten stieg die Mitgliedschaft im „Lehrer-Club“ drastisch an. Bis Anfang Februar waren viele Lehrer und andere Schlüsselkräfte der Schule dem Club beigetreten, darunter auch einige neue Kunden. Trotz der anfänglichen pessimistischen Einschätzung der erforderlichen Arbeiten zur Überprüfung aller Clubmitglieder war die tatsächliche Anzahl der Registrierungen, die eine manuelle Überprüfung erfordern, um etwa 40% niedriger als geschätzt. Dies war dem automatischen Überprüfungsprozess zu verdanken, der vom Backend-Team implementiert wurde.

Alle Lehrer und Pädagogen, die dem Club beigetreten sind, haben Zugang zu Ermäßigungen und Sonderangeboten, um ihnen in diesen herausfordernden Zeiten zur Seite zu stehen.

Arbeitnehmer im Bildungswesen hatten es schwer während der Pandemie, mit häufig wechselnden Einschränkungen, dem Übergang zum Online-Unterricht und die eigenen Kinder zu Hause zu betreuen.

Dank einer erhöhten Anzahl von Anwendungsdownloads und Mitgliedschaften im Treueprogramm kann Morrisons durch personalisierte Angebote den Umsatz und die Markenbekanntheit verbessern. Diese Angebote werden mit Push-Benachrichtigungen direkt an die Geräte der Benutzer gesendet. Diese Markenstrategie hält Morrisons im Gedächtnis der Kunden und erhöht die Anzahl der Transaktionen, da Kunden dadurch eher in den Geschäften von Morrisons einkaufen als bei der Konkurrenz.

Morrisons

Morrisons ist eine der größten Supermarktketten in Großbritannien. Mit über 100.000 Mitarbeitern in ihren Filialen und in der Zentrale betreuen sie jede Woche Millionen von Kunden. Im Vergleich zu den meisten anderen Supermarktketten stellt Morrisons einen großen Teil seiner Lebensmittel selbst her.

www.morrisons-corporate.com

Kontaktieren Sie uns, um mehr zu erfahren.

Melden Sie sich bei uns, wenn Sie dieses Thema oder andere digitale Strategien besprechen möchten.

Objectivity Ltd
9 Westwood House,
Westwood Business Park
Coventry, CV4 8HS
United Kingdom
+44 (0)2476 420000

Objectivity GmbH
Neue Mainzer Str. 75,
60311 Frankfurt am Main,
Deutschland
+49 160 95667774

www.objectivity.co.uk
www.objectivity.de

@objectivityltd

Wir sind für Sie da

Beteiligung in jeder Phase Ihres Projekts.

Los geht's

Copyright © Objectivity Ltd 2022