



ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №1138

НОМИНАЦИЯ: Другое

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	Группа RBI
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Санкт-Петербург
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	https://group.rbi.ru/
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Группа RBI
ИМИДЖ НОМИНАНТА	
ССЫЛКА на Youtube	https://youtu.be/V6Oq68N1nqE

ЭССЕ НОМИНАНТА

1. Влияние коронавируса на бизнес (не более 3600 знаков с пробелами)

Новые реалии 2020 года, связанные с работой в условиях пандемии и строгих ограничительных мер, потребовали особых решений на всех этапах взаимодействия с клиентом, от «Покупки» и «Ожидания» до «Заселения» и «Проживания». Часть этих решений была универсальна для всех сфер деятельности и всех бизнесов – это внедрение онлайн-сервисов и расширение возможностей дистанционного взаимодействия клиента с компанией. Другие решения можно назвать уникальными, они являются ноу-хау Группы RBI, тем опытом, которым мы счастливы поделиться с другими. Они касаются нашего взаимодействия с жителями построенных домов Группы RBI (этап «Проживание») в «эпоху коронавируса».

Весной и летом 2020 года эпидемиологическая ситуация лишила жителей Петербурга возможности встречаться друг с другом и общаться, как обычно, посещать театры и концертные залы, жить привычной культурной жизнью. Для многих людей замкнутость «в четырёх стенах» оказалась психологически тяжёлым опытом. Мы задумались над тем, как мы можем помочь людям справиться с этой ситуацией. Тем более что важной частью стратегического контура RBI является представление о себе как о компании-друге – для клиентов, сотрудников, партнёров; видение себя в качестве «B2I-компании», которая ориентирована на удовлетворение индивидуальных потребностей человека. Так родилась идея провести для жителей пяти наших жилых комплексов, построенных и заселённых с 2017 по 2019 гг., серию живых концертов под открытым небом «на дому».

Видение Группы RBI

Мы B2I компания. Компания, ориентированная на удовлетворение индивидуальных потребностей.

Мы создаём продукт, от которого захватывает дух.

Мы финансово успешная компания, благодаря уникальным отношениям и особенному продукту.

Мы компания-друг для сотрудников, клиентов и партнёров.

2. Ваши подходы в обеспечении лучшего клиентского опыта в условиях кризиса (не более 1800 знаков с пробелами)

Подробное описание каждого концерта, концепции, подходы и особенности реализации мы даём в Приложении к Заявке.

3. Трудности и препятствия (не более 3600 знаков с пробелами)

Проект потребовал сценарной проработки, организации серии нестандартных массовых мероприятий с учётом индивидуальных особенностей каждой площадки, а также с учётом существующих ограничительных мер и необходимых противоэпидемических мероприятий.

В том числе: обустройство временной сцены и зрительских мест, монтаж реквизита и декоративное оформление площадки, монтаж светового и звукового оборудования, организация работы детских аниматоров, организация фотозон и кейтеринга. Численность гостей каждого мероприятия ограничена 50 человеками (при этом у жителей была возможность при желании посмотреть концерт из окна своей квартиры). Бюджет каждого из мероприятий – около 200 000 рублей.

4. Вовлеченность сотрудников (не более 1800 знаков с пробелами)

Проект реализован силами и за счёт бюджета управления информационной политики и PR Группы RBI при активном участии наших партнёров – компании «Русские музыкальные сезоны».

Говорит Елена Бельчинская, директор по информационной политике и PR:

Мы видим себя компанией-другом, и наша история дружбы с клиентами никогда не заканчивается передачей ключей. Мы понимаем, как важно поддерживать добрые отношения с жителями наших домов на долгие годы. Тем более что за время пандемии все соскучились по общению, по встречам в теплой компании, по культурной жизни. Отсюда и возникла идея принести культуру прямо с доставкой на дом. Публика это оценила и с благодарностью встретила наши концерты. В некоторых домах, знаю, жители даже приглашали на наш концерт друзей. Особенно детей всегда много было на наших концертах, они наша самая благодарная публика.

5. Количественные и качественные результаты, которые были достигнуты (не более 1800 знаков с пробелами)

Главным результатом проекта для нас стала высокая посещаемость концертов и положительные отзывы жителей.

Говорят жители Ultra City (май 2020)

Валентина:

Огромное спасибо за такой чудесный концерт!

Евгения:

Было бесконечно приятно слышать любимые песни и наблюдать мастерство барабанщиков!

Альбина:

Это реально было круто, огромная благодарность!

Говорят жители дома «Четыре горизонта»

Максим, глава совета дома:

Очень красивое мероприятие. Спасибо огромное организаторам!

Елена:

Спасибо за прекрасный концерт под открытым небом!

Екатерина:

Концерт очень классный!

Игорь:

Чертовски крутая затея!

Говорят жители Ultra City

Эмма:

Вчера в лучшем дворе Питера состоялись грандиозные проводы лета! Спасибо RBI и «Северному городу» за прекрасный живой концерт!

Роман:

Почему я не купил там квартиру?!

Говорят жители «Дома на набережной»

Елена:

Концерт супер, отличный вечер. Было неожиданно!

Говорят жители дома «Петровская ривьера»

Наталья:

Спасибо вам за такой прекрасный концерт!

Также по итогам концертов для жителей были сняты видеоролики «на память»:

<https://youtu.be/kjlU-r8lYf8>

https://youtu.be/_UzErxE0z0g

<https://youtu.be/h5gR-05qXS0>

<https://youtu.be/V6Oq68N1nqE>

<https://youtu.be/f2SeZYpcCr8>

6. Итоги (не более 1800 знаков с пробелами)

Повышение лояльности клиентов на всех этапах взаимодействия с компанией – важный пункт стратегического контура Группы RBI. Мы хотим быть для наших клиентов компанией-другом, а дружеские отношения не могут заканчиваться вместе с передачей покупателю ключей от готовой квартиры. Поддерживая добрые и неформальные взаимоотношения с жителями наших построенных домов, мы стараемся помогать и делать их жизнь счастливой. Это особенно важно в период пандемии – для многих очень непростой период с психологической точки зрения. Серия живых концертов во дворах The Art of Real Music нашла живой отклик у детей и взрослых и стала ярким событием, которое запомнилось многим жителям. Можно сказать, что она стала «глотком свежего воздуха» в период строгих коронавирусных ограничений.

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА:

ФАМИЛИЯ	Бельчинская
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Елена Николаевна
ДОЛЖНОСТЬ	директор по информационной политике и PR