



## ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

**ID:** №1138

**НОМИНАЦИЯ:** Другое

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

### 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/_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:

<b>ФАМИЛИЯ</b>	Бельчинская
<b>ИМЯ ОТЧЕСТВО</b>	Елена Николаевна
<b>ДОЛЖНОСТЬ</b>	директор по информационной политике и PR