Capillary Technologies Raih Penghargaan Emas dan Perak untuk Domino’s Pizza Indonesia dan Erajaya Swasembada di Loyalty & Engagement Awards 2022

Updates - KAMPAI.CO.ID

Aug 22, 2022 - 22:23

Koh Peck Yan dan Ng Siew Hoon menerima penghargaan atas nama Capillary Technologies di Gala Dinner Loyalty and Engagement Awards 2022 di Singapura pada 12 Agustus 2022.

JAKARTA - Capillary Technologies, sebuah platform SaaS B2B untuk loyalitas dan keterlibatan pelanggan meraih penghargaan emas dan dua penghargaan perak di MARKETING-INTERACTIVE's Loyalty & Engagement Awards 2022. Capillary Technologies juga menjadi finalis dalam empat kategori lainnya, Senen (22/08/2022).

Penghargaan emas untuk Domino's Pizza Indonesia dalam kategori Best CRM Strategy (Strategi Pengelolaan Hubungan Pelanggan Terbaik). Penghargaan perak diraih oleh Domino's Pizza Indonesia untuk kategori Best Use of Consumer Insights / Data Analytics (Penggunaan Wawasan Konsumen / Analisis Data Terbaik) dan Erajaya Swasembada untuk kategori Best Membership Program (Program Keanggotaan Terbaik). Capillary juga terpilih dalam Strategi Omni-Channel Terbaik (Strategi Lintas-Kanal Terpadu Terbaik) yang merupakan karyanya untuk Biba Fashion.

Diselenggarakan oleh majalah MARKETING-INTERACTIVE Singapura, Loyalty & Engagement Awards 2022 mencakup total 43 kategori. Penilaiannya dilakukan oleh panel juri dari merek terkenal seperti Singtel, Razer, Philip Morris, JustCo, HSBC Bank, Astrazeneca, Air Asia dan Abbott. Para pemenang diumumkan pada jamuan makan malam penghargaan yang diadakan di Shangri-la Hotel Singapura pada hari Jumat, 12 Agustus 2022.

Harneet Singh, CEO Domino's Pizza Indonesia mengatakan, "Merupakan saat yang sangat membanggakan bagi kami di Domino's Indonesia memenangkan dua penghargaan bergengsi ini. Emas untuk strategi CRM Terbaik (Strategi Pengelolaan Hubungan Pelanggan Terbaik). dan Perak untuk Penggunaan Wawasan Konsumen / Analisis Data, sekali lagi menyoroti kemampuan bisnis berbasis data kelas dunia yang telah kami bangun dengan mitra kami Capillary. Domino's Indonesia berinvestasi secara besar-besaran di belakang Analisis Data, Pembelajaran Mesin dan Digitalisasi sehingga kami dapat memahami dan melibatkan pelanggan kami lebih baik untuk meningkatkan Lifetime Value (nilai total pembelian dari satu pelanggan) mereka. Upaya-upaya dalam bermitra dengan Capillary ini menghasilkan kompetensi yang tak tertandingi yang membantu kami bekerja secara luar biasa dalam kategori F&B (makanan dan minuman) di Indonesia."

Senda Parentino, COO Eraspace (Erajaya Swasembada) mengatakan, "Saya senang melihat program Eraclub Loyalty memenangkan Penghargaan Perak di Loyalty & Engagement Awards! Ini adalah bukti semangat, strategi dan kerja keras yang dilakukan oleh tim Eraclub dan Capillary untuk membantu kami terlibat dengan anggota dan memastikan mereka mendapatkan program loyalitas gaya hidup terbaik di Indonesia. Dengan fokus kami tahun ini pada pengalaman berbelanja terpadu dan menciptakan kampanye yang sangat dipersonalisasi, kami berada di jalur yang tepat untuk menciptakan program loyalitas gaya hidup terbesar di Indonesia. Kami merasa terhormat atas dukungan dan kepercayaan

yang terus diberikan oleh para anggota kami kepada Eraclub tahun ini."

Aneesh Reddy, CEO dan Direktur Eksekutif Capillary Technologies mengatakan, "Kami sangat senang terpilih sebagai pemenang penghargaan emas dan perak dalam kategori program penghargaan bergengsi ini. Ini adalah bukti lebih lanjut posisi kepemimpinan Capillary dalam loyalitas dan keterlibatan pelanggan. Kami senang dapat kembali bermitra dengan Domino's Pizza Indonesia dan Erajaya Swasembada untuk memenangkan pengakuan penghargaan yang berharga ini."

Loyalty & Engagement Awards yang diselenggarakan oleh MARKETING - INTERACTIVE, menghargai strategi pemasaran loyalitas terbaik di kawasan Asia Selatan, Asia Tenggara, dan ANZ (Australia, New Zealand).

Acara ini adalah yang pertama untuk mengenali karya pemasaran serta merayakan kampanye loyalitas dan keterlibatan terbaik yang dirancang untuk menarik, mempertahankan, dan menghargai pendukung terbesar organisasi –yaitu pelanggan mereka.

Tentang Capillary Technologies

Didirikan pada tahun 2012, Capillary Technologies hadir di seluruh Amerika Serikat, India, Timur Tengah, dan Asia, khususnya Asia Tenggara. Capillary Technologies menawarkan program loyalitas menyeluruh, sebuah pandangan lengkap tentang konsumen dan strategi lintas kanal terpadu yang menyajikan sebuah pengalaman berbelanja bagi pelanggan menggunakan berbagai kanal daring dan langsung yang dipersonalisasi dan konsisten.

Mendukung sebuah rangkaian produk beragam dari program loyalitas menyeluruh, di lebih dari 30 negara, Capillary Technologies bekerja dengan lebih dari 250 merek sampai dengan 30 Oktober 2021, termasuk Shell, Tata, Asics, PUMA, Fossil, Hoya, Sephora, Domino's Pizza dan banyak lagi bisnis yang memenuhi kebutuhan khusus seperti pakaian, alas kaki, supermarket, konglomerat, manufaktur dan elektronik, farmasi dan kebugaran, restoran mewah dan cepat saji, kemewahan dan perhiasan, hiburan, minyak dan gas, perjalanan dan perhotelan.

Dengan jangkauan yang sangat luas, lebih dari 875 juta pelanggan dan memroses lebih dari 1,97 miliar transaksi dalam tahun fiskal 2021, promotor Capillary Technologies yaitu Capillary Technologies International Pte. Ltd didukung oleh Swanland Investment ltd. (afiliasi dari Warburg Pincus), Sequoia Capital India Growth Fund II Ltd., Avataar Ventures Partners I, dan Filter Capital Fund I Ltd. Capillary Technologies juga pernah ditampilkan dalam berbagai laporan oleh Gartner and Forrester. (Adv)