

*Elisa Fabbi*  
**UNIMORE**

# Il valore della Fedeltà



**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA

*4 Ottobre 2021*

# Da dove cominciare



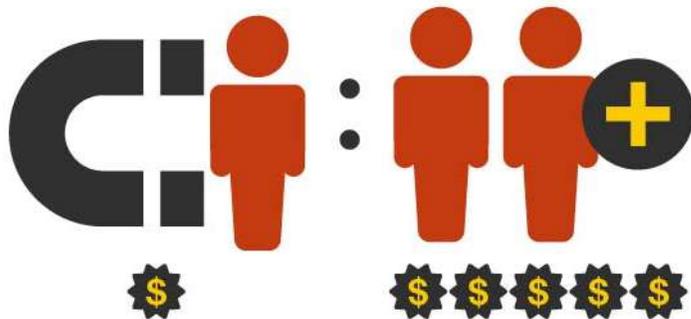
*“Per vincere la sfida della loyalty, i brand devono attivare esperienze significative, che vadano oltre la transazione economica. Siamo costantemente alla ricerca delle emozioni, sono queste che creano le azioni”*

**BE  
LOYAL**

# Il valore della fedeltà



It costs five times as much to attract a new customer, than to keep an existing one



- **Fidelizzare un cliente costa meno che acquisirne uno nuovo**
- Vendere a clienti già acquisiti è un processo molto più facile, efficace ed efficiente rispetto ad attrarre nuove persone nel punto vendita e sperare di convertirli in clienti (fedeli?)
- Gestire con successo le relazioni e il conseguente processo di fidelizzazione che ne deriva è uno step fondamentale della strategia di marketing

# Riservato solo a te!

← ConadPerTe

martedì Oggi

SOLO PER TE con Carta  
[0225004220531](tel:0225004220531) da Conad fino al  
25/10 DUE BUONI da 10€  
Scopri come su: [bit.ly/  
CND5NFSO](https://bit.ly/CND5NFSO)  
Invia STOP a [+393202041994](tel:+393202041994) per  
disiscriverti

4 min fa

RISERVATO SOLO PER TE!

**CONAD**  
Persone oltre le cose

SOLO PER TE  
2 BUONI DA 10€

TI ASPETTIAMO DA CONAD\*  
ENTRO IL 25 OTTOBRE.

The graphic features the Conad logo (a yellow flower) and the text 'Persone oltre le cose'. Below, it shows two 10€ vouchers and a smiling woman. The background is light blue with yellow flowers.

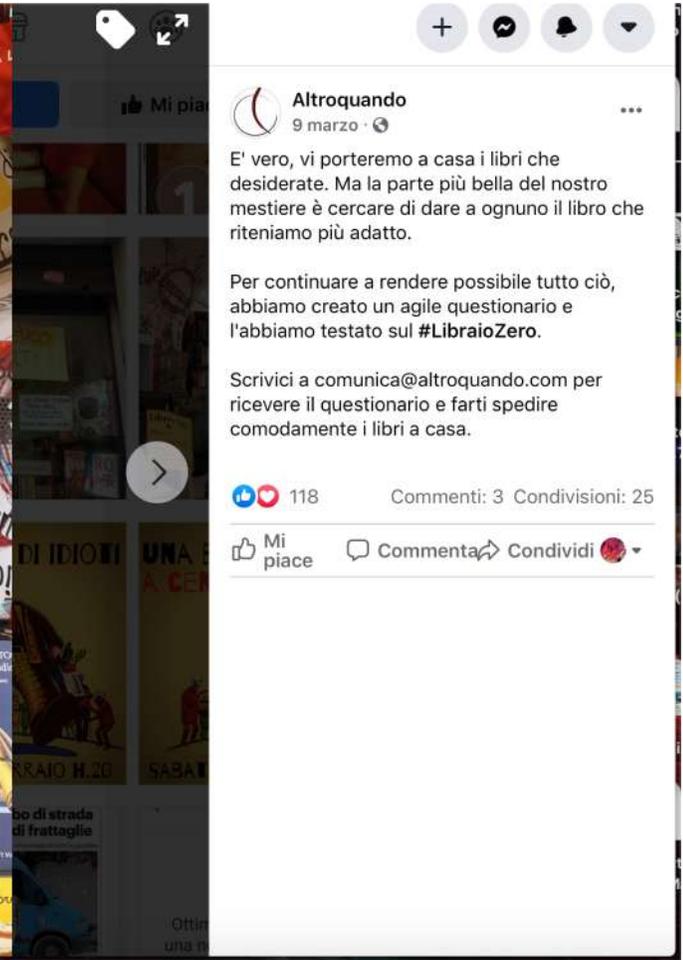
Vieni a fare la spesa da Conad\*  
con la tua Carta Insieme.  
Fino al 25 ottobre 2020, **SOLO PER  
TE, DUE BUONI\*\* da 10€** che potrai  
usare **dal 19 ottobre all'8 novembre**,  
a fronte di una spesa minima per  
ciascun buono di 60€.

## SEGNATI LE DATE!

Dal **12 al 25 OTTOBRE 2020** fai la  
spesa e ricevi i buoni  
Dal **19 ottobre all'8 novembre**  
utilizza i buoni per i tuoi acquisti

# La creatività fa la differenza

 ALTROQUANDO



# ...in un giorno speciale (con la giusta utilità)

H&M Member Plus 418P



HELLO **H&M** MEMBER

**Hello**  
**Member**

**Auguri Elisa!**  
**Per te, -25%**  
**su un**  
**articolo.**

[VAI AL MIO ACCOUNT](#)



**50 PUNTI**  
**miPREMIO**

**Più accumuli punti, più accumuli vantaggi**

[SCOPRI DI PIÙ](#) INIZIATIVA RISERVATA AI POSSESSORI DI 

**Tanti auguri ELISA!**

Per celebrare il tuo compleanno, abbiamo pensato di farti un piccolo regalo.

**50 punti miPREMIO solo per te!**

Conad ti augura di passare questa giornata circondato dalle persone più care  
e da tutto ciò che ti rende felice!

# Un esempio di ecosistema di vantaggi

GENTILE Elisa  Vantaggi

**Member PLUS**

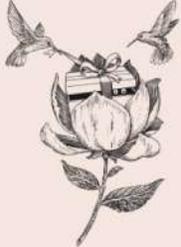
**418 Punti** Punti Conscious

Ciao H&M Member Plus! Ti mancano 82 punti per aggiudicarti il prossimo buono sconto. I buoni sconto vengono erogati dopo 30 giorni.

 **VISUALIZZA IL NUMERO DELLA CARTA FEDELTA'**

**IL MIO ACCOUNT**

- I TUOI ACQUISTI >
- INVITA UN/A AMICO/A >
- RECENSIONI 11 >
- CRONOLOGIA DEI MIEI PUNTI >
- IMPOSTAZIONI DI PAGAMENTO >
- IMPOSTAZIONI >



**Bonus**

**Il tuo buono sconto del valore di 3€ ti sta aspettando!**

Scade 04 ott 2021



**IN NEGOZIO E SU HM.COM**

**Buon Compleanno: 25% di sconto!**

Scade 26 apr 2021



**Ottieni punti Conscious per le tue scelte sostenibili**

Scade 30 mag 2021



**Per te 6 mesi (6 numeri) di abbonamento digitale a Marie Claire!**

*Programmi di fidelizzazione con **offerte personalizzate**, oppure programmi “ombrello” strutturati secondo la logica dell’ecosistema, in cui vengono premiati non soltanto gli acquisti ma anche il livello di **ingaggio***

# Una riflessione...

- Parlare di fedeltà significa mantenere una relazione di **fiducia reciproca**
- Oggi la fedeltà si arricchisce del valore della customer advocacy, ovvero **la disponibilità di consigliare un brand ad altre persone**
- La loyalty è determinata **dall'esperienza** che si è in grado di far vivere ai propri clienti attraverso i vari touchpoint
- L'attenzione si sposta quindi dalle leve tradizionali del marketing mix al terreno più articolato della **customer experience**



# Il caso Starbucks: la brand community

The image shows a screenshot of the Twitter profile for 'My Starbucks Idea'. The profile header includes the Starbucks logo and the text 'My Starbucks Idea' with a verified badge. Below the profile name, it says '@MyStarbucksIdea' and 'MyStarbucksIdea - a website to share, vote, discuss ideas and see them in action.' The location is 'Seattle, WA' and the website is 'mystarbucksidea.com'. It also mentions 'Joined July 2008' and '36 Photos and videos'. The main content area shows two tweets from the account. The first tweet, dated 6 Sep 2016, says 'Next to the sugar, near the cream. A new kind of sweetener, is joining the team. sbux.co/2bQOTE6' and has 6 replies, 8 retweets, and 31 likes. The second tweet, dated 12 Jul 2016, says 'A sunny summer needs convenient #ColdBrew.' and includes a photo of a Starbucks Cold Brew coffee. Below the photo is a link to 'Learn how to make Starbucks Cold Brew at home' with the URL 'blogs.starbucks.com'. The tweet has 2 replies, 16 retweets, and 32 likes. On the right side of the profile, there is a 'New to Twitter?' section with a 'Sign up' button, and a 'You may also like' section with a list of related accounts: Starbucks Coffee (@Starbucks), Starbucks Rewards (@starbucksgold), Starbucks News (@Starbucksnews), Starbucks Jobs (@StarbucksJobs), and Starbucks Canada (@StarbucksCanada). At the bottom right, there is a 'Worldwide Trends' section with three trending topics: Martin McGuinness (37.9K Tweets), #تطوير الامم (71.1K Tweets), and Tayfun Talipoğlu (44.7K Tweets).

- I clienti interagiscono con la realtà aziendale che deve saper cogliere le opportunità suggerite
- Alcune idee sono diventate dei veri capisaldi dell'offerta Starbucks.
- L'utente Katlatte nel 2008 ha proposto l'idea "ogni dieci bevande una in omaggio"; l'utente stef6886 "un drink in omaggio il giorno del compleanno"; nel 2008 l'utente Rufusrw ha proposto l'introduzione del WiFi nelle caffetterie

# LEGO IDEAS: un'interpretazione innovativa

The screenshot displays the LEGO IDEAS website interface. At the top, there is a navigation bar with the LEGO IDEAS logo, links for 'EXPLORE', 'BLOG', and 'HOW IT WORKS', a search bar labeled 'Find ideas', and a 'LOG IN' button. Below the navigation bar, there are several project cards. On the left, there are two smaller cards: 'SEINFELD' by BrentWaller and 'TYPEWRITER' by Steve Guinness. The central focus is a large yellow-bordered card for 'HAND OF DESTINY' by FirstOrderLuka, which is marked as a 'STAFF PICK'. This card features a large image of a hand holding a tree, with the text 'HAND OF DESTINY' and 'By FirstOrderLuka'. Below the image, it shows '1699 Supporters' and '149 days left'. To the right of this card, there is a vertical sidebar with a 'STAFF PICK' banner, a 'K.I.T.T.' card by 'By u', and '3412 Supporters'. Further right, there are four colored buttons: 'SUBMIT IDEA' (yellow) with the subtext 'Become a LEGO designer', 'CONTESTS' (purple) with 'Win cool prizes', 'ACTIVITY' (red) with 'Share your creativity', and 'IN THE SHOP' (blue) with 'Ideas that made it'. At the bottom right, there is a small image of a typewriter with a close button 'x'.

- Invio progetti
- Consenso di 10.000 membri
- Esame team LEGO
- Produzione e vendita
- Interpretazione innovativa della loyalty con incentivo del passaparola

# L'importanza di dire grazie (e di non smettere di farlo)!



digola



Chi si rivede 😊



## A te che mi hai dato fiducia

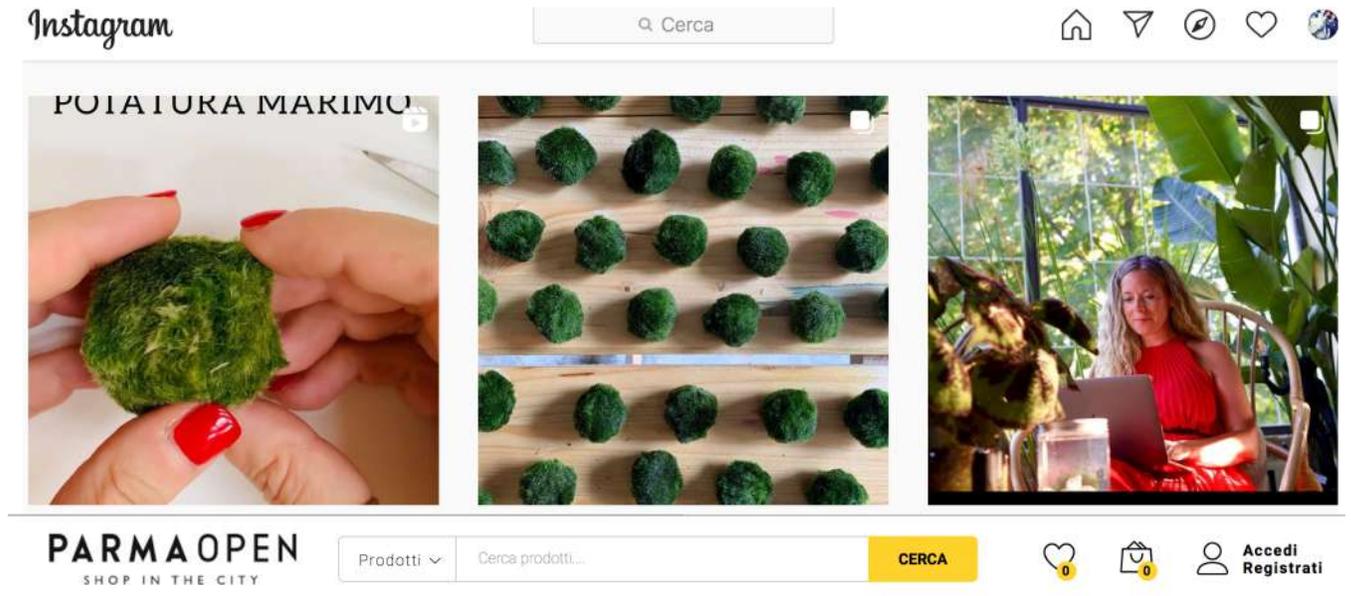
Che hai provato a indovinare gli spoiler dell'agenda  
Che hai atteso il video di presentazione  
Che hai gioito al preorder  
Che sei rimast\* nel dubbio fino all'ultimo per il colore  
Ma poi hai preso la più bella  
A te che hai supportato uno shop piccino picciò  
Ma che grazie a te diventa un pezzettino più grande ogni giorno  
Che sostieni col tuo acquisto il Made in Italy  
Il lavoro di ragazze a volte impacciate ma sempre determinate

## Il tuo sconto del 20% su tutto (Sì, hai letto tutto)

Dura fino al 2021 (scade il 31/12/2021) così hai tempo per pensare bene a come usarlo, non sarà cumulabile con altri sconti, promozioni e offerte, così puoi approfittare più volte delle promo attive ;)

# Parola d'ordine: esserci!

- Il cliente non si deve mai sentire abbandonato
- Contatto post vendita
- Servizio di assistenza dedicato
- Supporto
- Presenza costante



#### Privacy e Condizioni di utilizzo

[Privacy](#)  
[Termini e Condizioni di Vendita](#)  
[Spedizioni e resi](#)  
[Pagamenti](#)  
[Le regole del marketplace](#)  
Tutti i **marchi** riportati appartengono ai legittimi proprietari e **sono** stati utilizzati a puro scopo informativo a beneficio degli utenti del marketplace.

#### Assistenza Ordini

Per domande legate all'ordine o al pagamento contattare direttamente il negoziante. I contatti sono presenti nella scheda negozio e nella ricevuta di acquisto via mail e nella propria area clienti.

#### ASSISTENZA TECNICA

[assistenza.parmaopen.it](mailto:assistenza.parmaopen.it)  
Per problemi tecnici nell'utilizzo del sito contattare:  
[assistenza@parmaopen.it](mailto:assistenza@parmaopen.it)

# L'evoluzione della Fedeltà

- La loyalty ha avuto una forte evoluzione: da mera tattica che prevedeva uno **scambio di dati contro (talvolta) premi**
- Gli elementi che influenzano maggiormente la loyalty integrano (a volte superandola) la semplice propensione all'acquisto
- **Un big spender può essere semplicemente un soggetto che ha approfittato di una promozione particolare e non necessariamente un cliente fedele ...**
- Emerge la **necessità di creare un forte legame con il cliente**, un rapporto individuale che faccia la differenza su ciò che per lui è davvero importante



# «Non dimenticare mai un cliente e non permettere a nessun cliente di dimenticarti»



- L'attenzione è il bene scarso!

- *Marketing of one*
- Contenuti e servizi su misura attraverso l'utilizzo delle tecnologie

# Rapporto di unicità

---



# La personalizzazione in ogni mondo (e in ogni modo)



**NETFLIX**

COME FA NETFLIX A DECIDERE QUALI SERIE FARCI VEDERE? HA SOLO FIUTO O CONTROLLA L'ALGORITMO DEI NOSTRI GUSTI? PER SCOPRILO SIAMO ENTRATI NEL QUARTIER GENERALE DELL'IMMAGINARIO GLOBALE

**A NOI GLI OCCHI, PLEASE**

dal nostro inviato **Riccardo Stagliano**

1  
Agli Oscar 2020 Netflix ha ottenuto ben 24 nomination: più di qualsiasi altro singolo produttore

# Personalizzazione del servizio

- La personalizzazione del servizio passa attraverso la **condivisione delle informazioni** da parte dei consumatori...

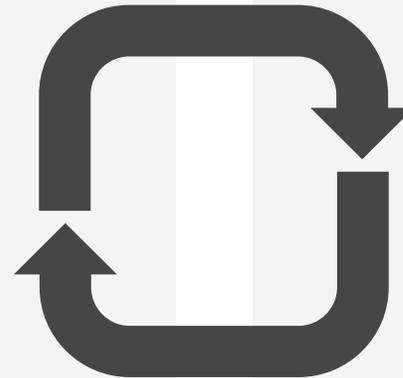
Millennial e Gen Z sono a disposti a condividere dati e informazioni...

 **43%**  
Storico acquisti

 **15%**  
Foto e video

 **9%**  
Posizione

 **8%**  
Dati di pagamento



...in cambio di offerte, benefit e servizi pensati su misura per loro

 **85%**  
Offerte personalizzate

 **66%**  
Servizio omnicanale

 **84%**  
Piccoli benefit

# L'abbonamento è diventato elemento importante per la fidelizzazione dei clienti

- Negli Stati Uniti, ci sono più famiglie membri di Amazon Prime (119 dollari l'anno per una serie di vantaggi e servizi, 36 euro in Italia) che proprietarie di un animale domestico!

Spazio di archiviazione  
per le foto illimitato



Film e serie TV incluse  
con Amazon Prime

prime video



Contenuti in-game ogni mese,  
sconti esclusivi e molto altro  
con Twitch Prime



audible

Storie che rendono la vita più interessante

Scegli il tuo prossimo  
audiolibro



20% di sconto aggiuntivo  
per la tua prima spedizione

 Iscriviti e Risparmia



Centinaia di eBook  
dove e quando vuoi

prime reading



# ...in qualsiasi mondo ...



LA PRIMA SUBSCRIPTION BOX DI LIBRI IN ITALIA

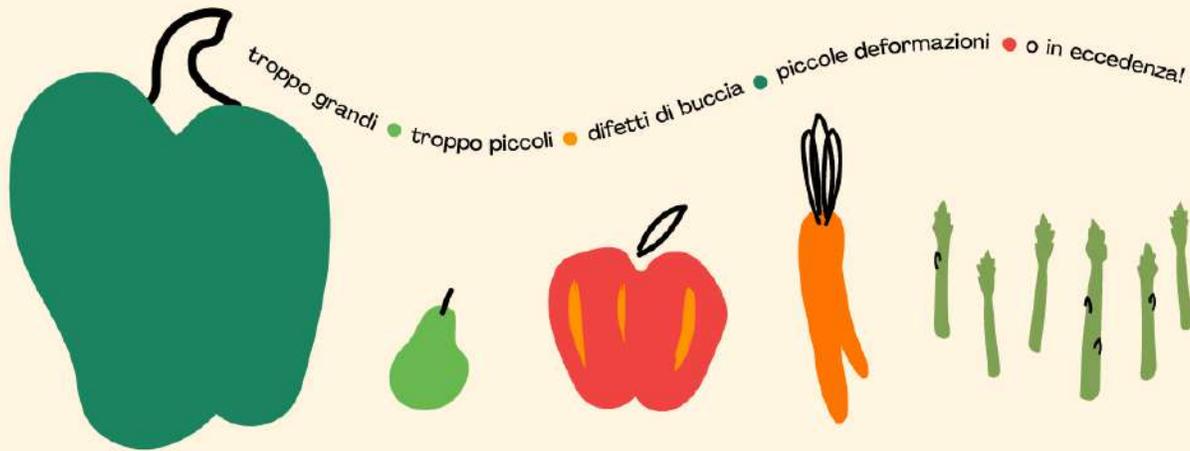
## Storie sorprendenti. In scatola.

- ✓ Due o tre romanzi di un un editore sempre diverso
- ✓ Spediti ogni due mesi a casa tua in una scatola bellissima
- ✓ Insieme ad altri servizi esclusivi, per sostenere il settore editoriale

ABBONATI

# L'abbonamento guida la sostenibilità

Perché i prodotti di Babaco sono unici?



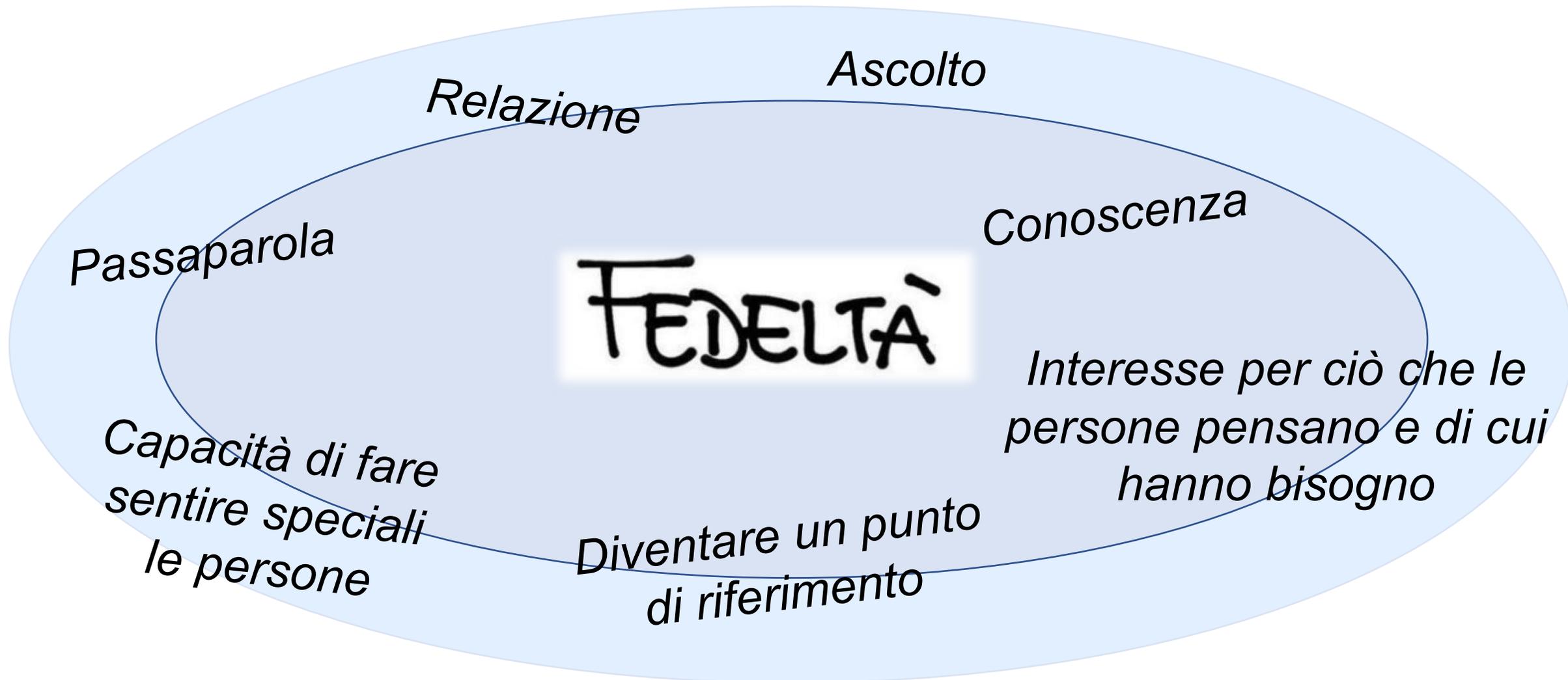
**babaco**  
market  
cibo fuori dall'ordinario

- Limitare gli sprechi
- Prodotti «unici», fuori dall'ordinario



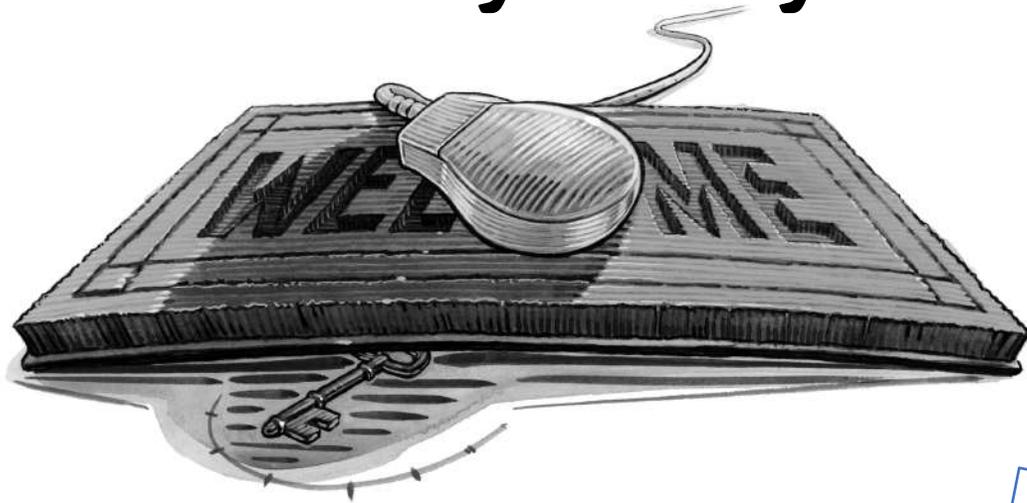
# La fedeltà come ecosistema di esperienze

---



# Orizzonti di valore nelle relazioni

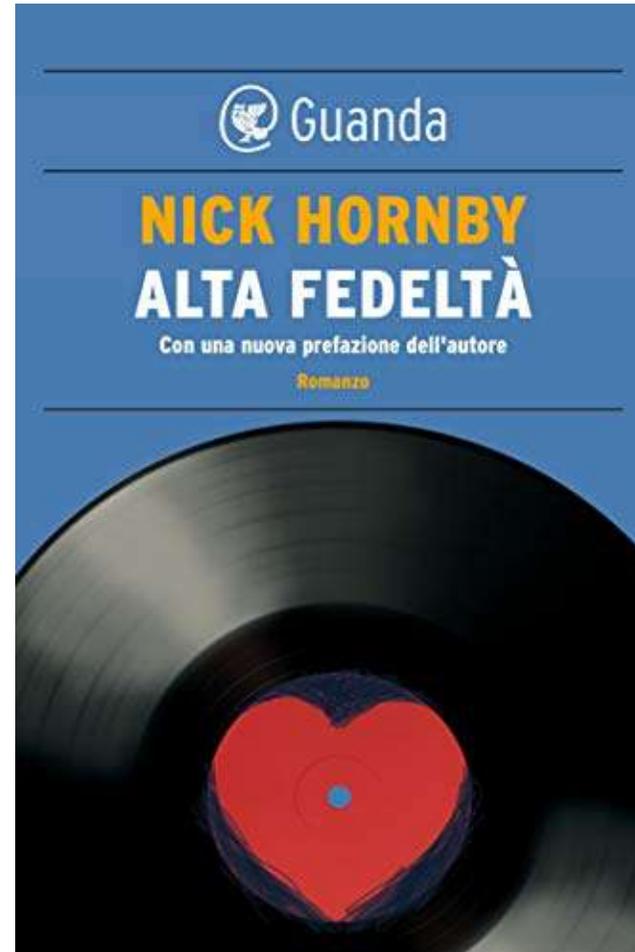
## E-Loyalty



### Your Secret Weapon on the Web

*In the rush to build Internet businesses, many executives concentrate all their attention on attracting customers rather than retaining them. That's a mistake. The unique economics of e-business make customer loyalty more important than ever.*

Price does not rule the Web; trust does.



*“Sii vicino al tuo cliente, così vicino da suggerirgli di che cosa ha bisogno prima ancora che se ne renda conto”  
(Steve Jobs)*