



COMARCH

LET'S GO MOBILE

LA GIORNATA
PERFETTA SECONDO
COMARCH



Parma, 30 Ottobre 2015

Francesca Borgato

Business Solution Manager



CRM&Marketing

Comarch Italia

Loyalty 3.0

perchè deve essere anche Mobile

i **Consumatori** desiderano

Informarsi sui prodotti/servizi/eventi

Ricevere offerte/promozioni **rilevanti**

Essere **premiati, gratificati** ed **ingaggiati**

Loyalty mobile app deve essere smart ed interattiva, aggiornata in Real time con contenuti rilevanti ed integrata con social media

le **Aziende** devono sviluppare

Loyalty & engagement, Vendite

e raccogliere quanti più **insights** possibili su

Customer Base comunicando in maniera **significativa**

Marco

Anna

La loro giornata perfetta

SCENARIO

La giornata perfetta di Marco

8.00 sulla strada verso l'ufficio Marco si ferma a fare rifornimento presso la stazione di servizio preferita: ha appena ricevuto una notification e 500 punti lo aspettano!

SEMPLICE E CONVENIENTE!

9.00 una push notification dalla Banca: è disponibile l'aggiornamento del nuovo piano di investimento dedicato ai futuri studi dei ragazzi.

TARGETIZZATO E RILEVANTE

18.00 prima di tornare a casa, Marco si ferma al centro commerciale: al suo ingresso, riceve un messaggio di benvenuto che lo informa della disponibilità del nuovo TV LED tanto desiderato.

TIME SAVING!

20.00 Serata fra uomini: Marco ed il figlio si godranno la partita in TV, commentando in tempo reale i risultati grazie al CocaCola GameCalcio presente nell'app della squadra di calcio preferita

ENGAGEMENT, DIVERTIMENTO E SOCIAL



SCENARIO

8.15 dopo aver salutato i ragazzi, Anna controlla l'orario di arrivo del prossimo tram per andare in stazione. E visto che c'è, controlla anche se il treno è in orario. Non si sa mai...

SMART

9.00 stasera c'è la Notte Bianca in città: Anna non deve perdere molto tempo ad organizzare l'uscita serale, perchè ha appena ricevuto un messaggio con la giusta proposta per lo shopping ed il divertimento per lei e la figlia!

USER CENTRIC

19.00 Anna e la figlia si stanno godendo la Notte Bianca. L'app dell'organizzazione della serata ha appena localizzato Anna vicino al suo negozio preferito, inviandole una promozione dedicata solo a lei. Offerta perfetta a conclusione di una giornata perfetta!

INASPETTATO ED IN TEMPO REALE!



La giornata perfetta di Anna

Key Learning

Loyalty Mobile è un **MUST HAVE** per trasmettere **contenuti rilevanti** ed **ingaggiare** il cliente, al di là del singolo acquisto

MA deve essere **supportata** ed **integrata** da **Loyalty engine** (data collect) ...

tool di analisi (clustering, profilazione, target)

Ed un **Campaign management** (pianificazione, offerte/contenuti)

per contribuire a **creare VALORE AGGIUNTO** nella **relazione** con il **cliente finale**
(altrimenti meglio usare il mobile device per farsi un selfie)

CRM & Marketing Platform



CRM&Marketing: i nostri clienti

Oil & Gas



bp



STATOIL



OMV

MAPCO

OKKO

Retail & FMCG



HEINEKEN

METRO GROUP
MADE TO TRADE.Coca-Cola
Itasca

pepsi

L'OCCITANE
EX PROVENCE

LEROYMERLIN

Travel

Heathrow
Making every journey better.Enterprise
rent-a-carjetBlue
AIRWAYS

Azul

S7 AIRLINES

Financial Services



CREDIT SUISSE

Mercedes-Benz Bank

jack henry
& ASSOCIATES INC.

Others



ROGERS

GOODYEAR

DB SCHENKER

premiumclub



COMARCH



GRAZIE

Francesca Borgato

Business Solution Manager - CRM&Marketing
Comarch Italia

Email: francesca.borgato@comarch.com

Mobile 320 3742956

Comarch.it

