



Il valore delle gift card digitali come canale media:

future buyers e intention to buy concreta



Fabio Regazzoni - CEO di Amilon
Flora Leoni - Responsabile B2B Development Carrefour

GIFT CARD COME SISTEMA DI
PAGAMENTO (BRANDED MONEY)

FINTECH



ADTECH

MARTECH

OFFERTA DATI
E SPAZI MEDIA

SOLUZIONI DI ENGAGEMENT
LOYALTY E BUSINESS
INTELLIGENCE

AMILON

IL LEADER ITALIANO DELLE GIFT CARD DIGITALI



170M€

VALORE DELLE GIFT CARD
VENDUTE (PROJECTED 2019)



+170

INSEGNE RETAIL
EUROPA



+100%

CRESCITA MEDIA ANNUA
(ULTIMI 5 ESERCIZI)

BRANDED CURRENCY

DIGITAL GIFT CARD
(PROCESSOR E CANALE)

DATA MONETIZATION &
PREMIUM MARKETPLACE

6M

NUMERO DI GIFT CARD
VENDUTE (PROJECTED 2019)



+21

CATEGORIE
MERCEOLOGICHE



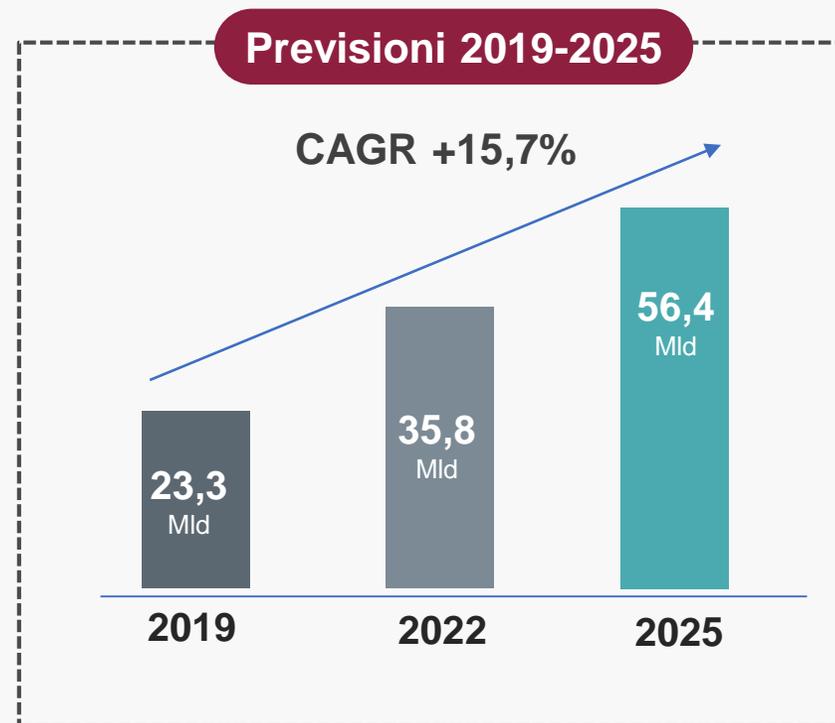
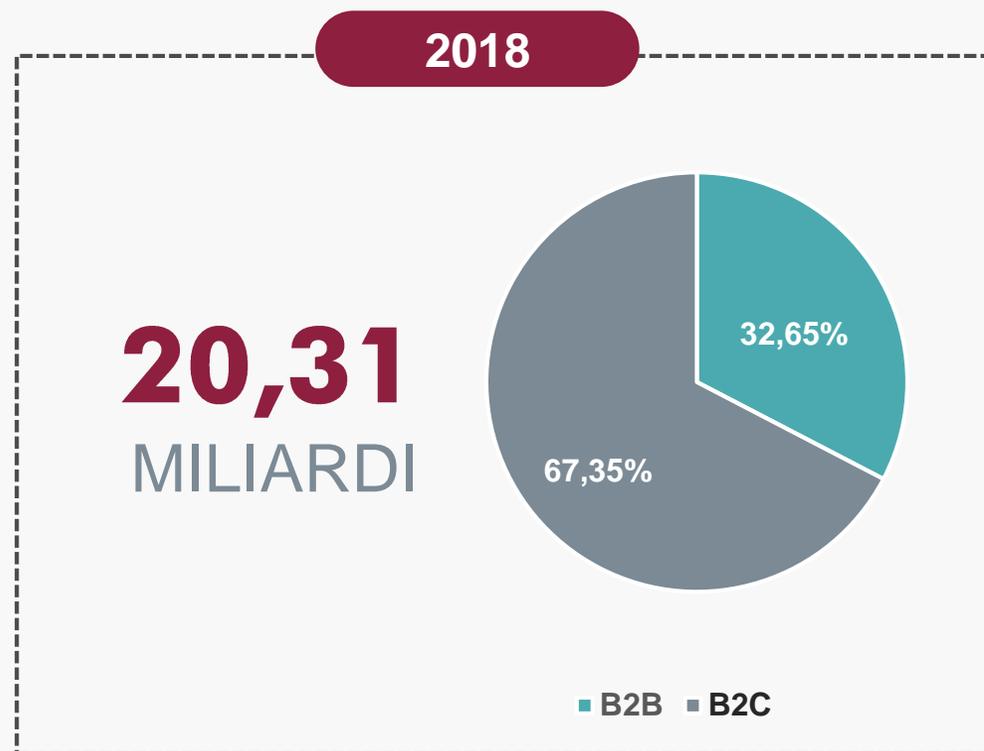
+100%

TREND CRESCITA
2019



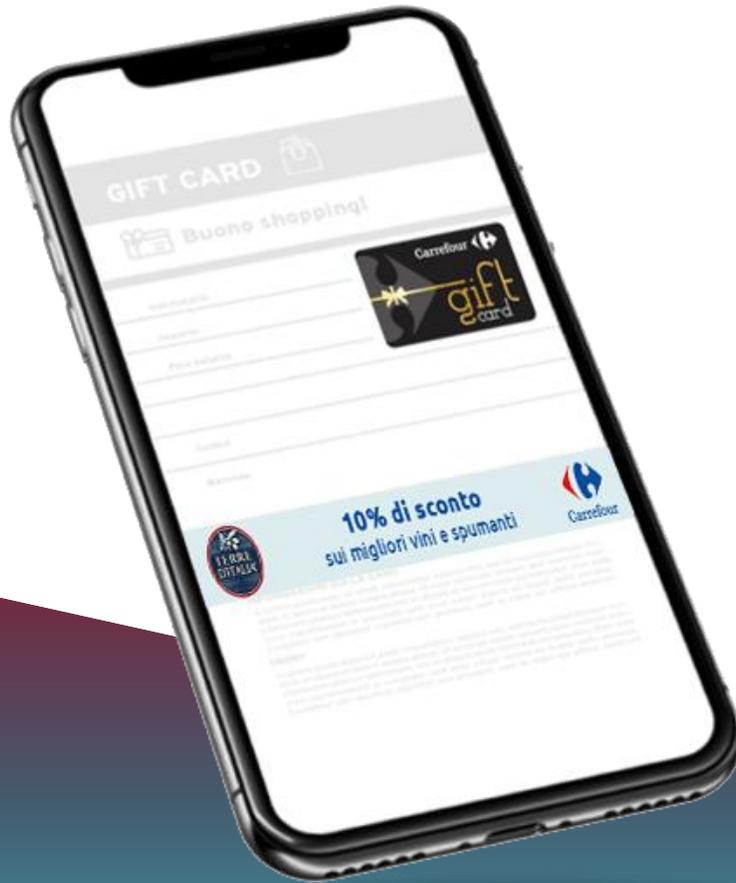
CLOSED LOOP BRANDED MONEY* SCENARIO E MERCATO IN ITALIA

*gift card fisiche e digitali, sconti coupon, ricariche telefoniche, buoni spesa e buoni pasto, etc.



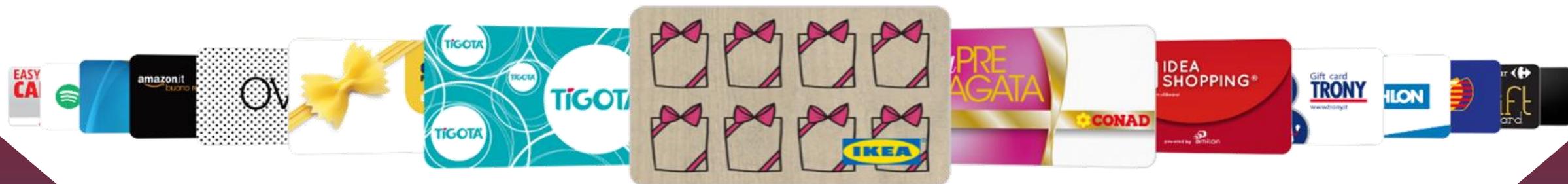
Source: AMR Report – Italy Gift Cards Market, 2018-2025

GIFT CARD DIGITALI COME STRUMENTO DI MARKETING



- Branded money
- UX pratica e funzionale
- Spazi adv
- Engagement e performance
- Audience qualificate

AUDIENZE QUALIFICATE DAI DATI DELLE GIFT CARD



FUTURE BUYERS

COOKIE DI UTENTI IN POSSESSO DI
UNA SPECIFICA GIFT CARD



INTEREST TO BUY

COOKIE DI UTENTI CHE HANNO INTERESSE
IN UNA CATEGORIA DI SPESA

Chi sono?

Gruppi di consumatori che effettueranno un acquisto certo nell'immediato futuro.

Come si identificano?

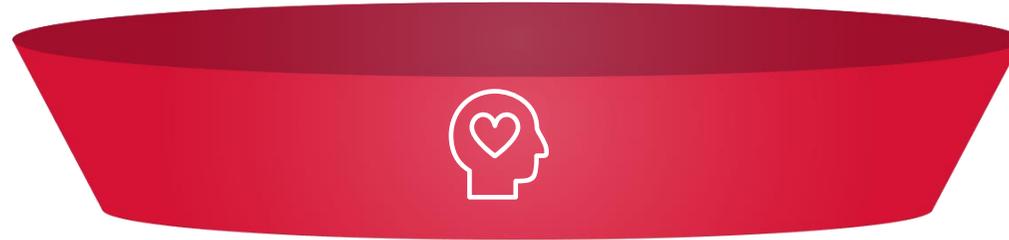
Individuando la decisione già presa (*intention to buy certa*) di effettuare acquisti presso una determinata insegna/negozio.

Intention to Buy «certa», come?

Grazie al possesso di gift card digitali: denaro già impegnato ad essere speso sui prodotti di uno specifico brand.

AUDIENCE

AWARENESS



lo costruisco
la tua immagine

ABITUDINI

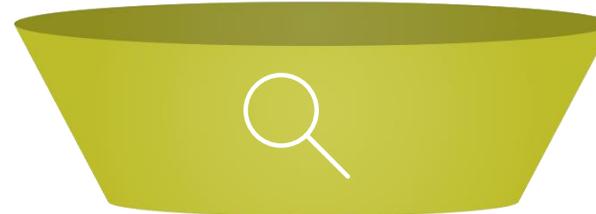
INTEREST



facebook

lo ti conosco

RICERCHE



Google

lo ti conosco e
so cosa stai cercando

ACQUISTI



amazon

lo conosco i tuoi precedenti
acquisti e so cosa stai
cercando

TRANSACTIONS

ATTRIBUZIONE

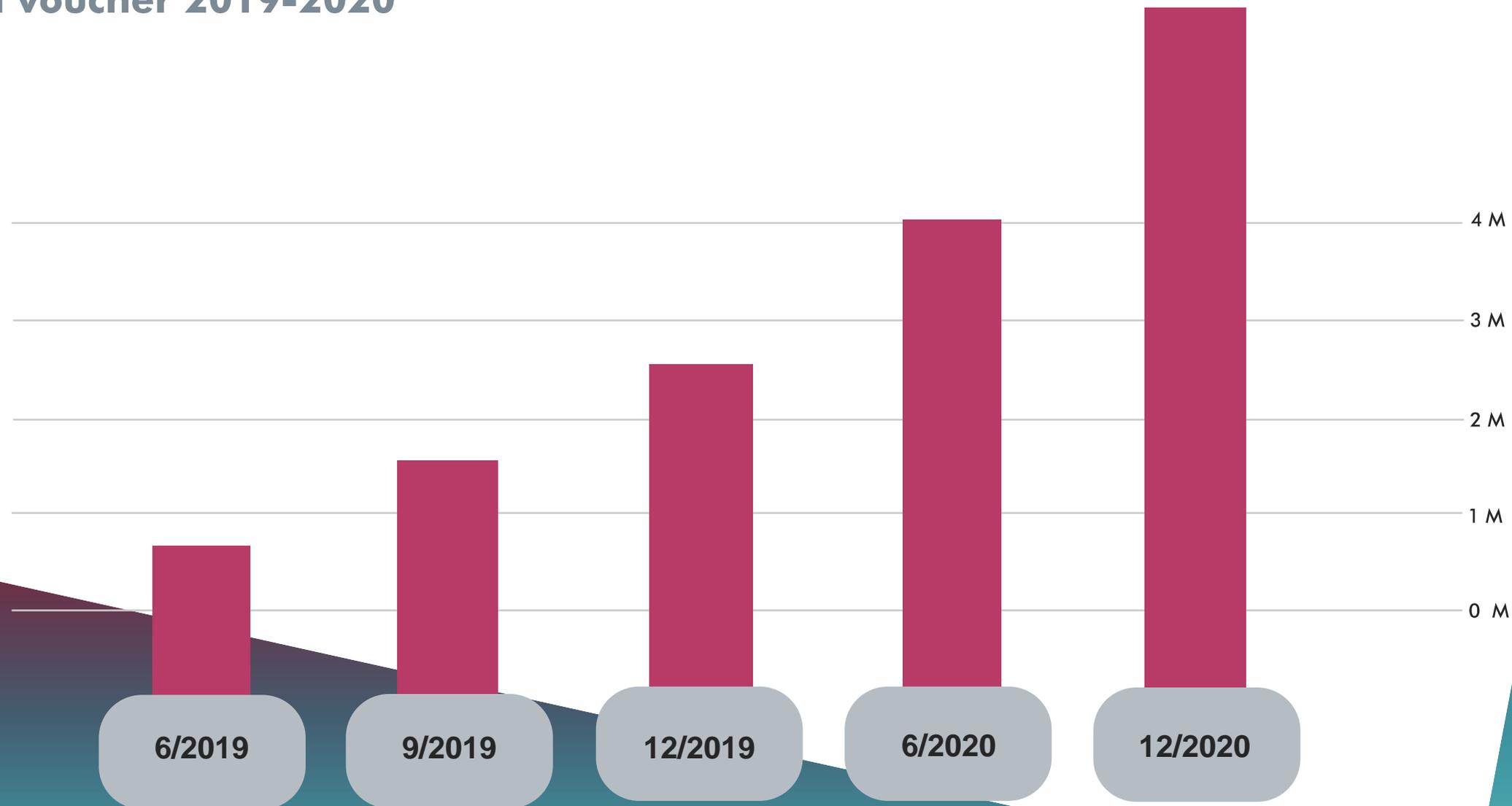


FB Future
Buyers

lo conosco
i tuoi prossimi acquisti

AMILON AUDIENCE FORECAST

Dati voucher 2019-2020



L'ECOSISTEMA MEDIA DEL RETAIL E I SUOI ASSET

Vicino al prodotto a scaffale

elevata efficacia per l'industria di marca

In Store

Pop, digital signage, radio in store, etc.

Drive to store

DEM, SMS, Proximity Marketing e Gift Card

GIFT CARD DIGITALI IL NUOVO CANALE MEDIA

La Gift Card come banconota digitale

Il messaggio giusto al momento giusto. Il consumatore, che ha già in mano lo strumento di pagamento, è più ricettivo al messaggio adv.

Oltre il branding e dentro la customer journey

Questo tipo di comunicazione sulle gift card digitali va oltre la brand awareness: indirizza il consumatore su un'azione di acquisto in modo diretto e preciso.

ALL'ORIGINE
DEL GUSTO



TERRE D'ITALIA E CARREFOUR

IL BRAND

Terre d'Italia è la **più ampia gamma di prodotti tipici della Grande Distribuzione**. Sviluppata, controllata e garantita da **Carrefour Italia**, nasce nel 1999 e ricerca in prevalenza la collaborazione di piccole realtà produttive con carattere artigianale o poco industrializzato ubicate sul territorio di origine del prodotto.

GLI OBIETTIVI

Territorialità, Tradizione, Origine e Alta qualità delle materie prime.

I NUMERI

- **30 categorie** merceologiche
- **200 prodotti**
- piu' di **230** prodotti continuativi e **30** prodotti stagionali
- oltre **70** prodotti dedicati anche ai mercati esteri, tra cui Francia, Belgio, Spagna, Polonia, Romania, Taiwan e breve anche a Dubai
- **160 fornitori** delle 20 regioni italiane



Use case

UN ESEMPIO DI CAMPAGNA SUI FUTURE BUYERS DI CARREFOUR

MEDIA

SELEZIONE AUDIENCE
FUTURE BUYERS



ENGAGE

COUPONS SU GIFT CARD +
ADV ONLINE



ANALYTICS

OFFLINE
+ ONLINE VALIDATION



PROMO NATALE TERRE D'ITALIA

CARREFOUR

MEDIA

SELEZIONE AUDIENCE
FUTURE BUYERS

Cosa?

Carrefour riserva il **10% di sconto** sulla selezione di **vini e spumanti Terre D'Italia** per tutti i possessori di **carta payback**



Come?

- **Campagna sui voucher Carrefour**
- **Retargeting sui Future Buyers Carrefour**



PROMO NATALE TERRE D'ITALIA

CARREFOUR

MEDIA

SELEZIONE AUDIENCE
FUTURE BUYERS



CAMPAGNA SUI VOUCHER

- Download voucher digitali Carrefour
- Erogazione di digital adv Carrefour - Terre d'Italia



CAMPAGNA DI RETARGETING

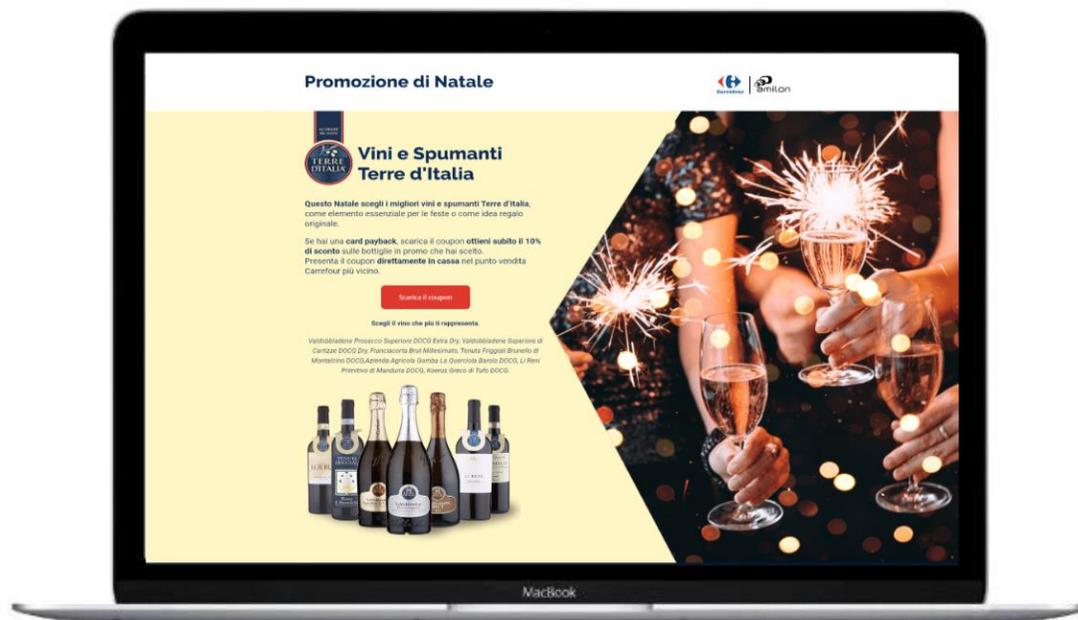
- Profilazione audience future buyers carrefour
- Campagne display per 10 giorni consecutivi al download dei voucher carrefour

PROMO NATALE TERRE D'ITALIA

CARREFOUR

ENGAGE

COUPONS SU GIFT CARD
+ ADV ONLINE



Landing Page della Promo



illustrare all'utente la meccanica della promozione e le condizioni per beneficiarne



Download del coupon da presentare direttamente in cassa per ottenere lo sconto

PROMO NATALE TERRE D'ITALIA

CARREFOUR

ANALYTICS

**OFFLINE
+ ONLINE VALIDATION**



Analisi KPI media



Misurare il ROI della campagna
con i dati di Sell Out e Carta Fedeltà

PROMO NATALE TERRE D'ITALIA

CARREFOUR

ANALYTICS

OFFLINE
+ ONLINE VALIDATION



Il comportamento cliente:
la chiave per comprendere l'efficacia



L'impatto della promo sui volumi:

- prodotto promosso
- categoria



Qual è l'impatto della promo sul portfolio clienti?

- allargamento parco clienti
- aumento frequenza
- riattivazione cherner
- uplift su acquisti regolari

