



 **Pazzi x le
Offerte!**
COUPON per la tua spesa

Tavola rotonda
«Il futuro della loyalty è mobile?»

Osservatorio Fedeltà – Università di Parma
Parma, 30 ottobre 2015

Q1: i nostri servizi sono solo mobile! come funzioniamo



Il consumatore scarica i Coupon che preferisce



Compra i prodotti dove vuole a prezzo intero



Non deve stampare e portare nulla in cassa



Fotografa lo scontrino per ricevere lo sconto



Sceglie come utilizzare lo sconto «cash back»



INSEGNAMENTI TRATTI

#1: al consumatore, mobile piace

- **88%** gradisce ricevere coupon sul proprio smartphone (fonte: Doxa, gen15)
- Negli USA, applicazioni di mobile couponing utilizzate già da **30+ milioni** di consumatori (fonte: analisi su dati Google Play)
- **+275%** crescita nell'ultimo anno degli utilizzatori attivi del nostro servizio di mobile couponing
- Mobile piace, ma **vuole più coupon**

5. Bella idea!

★★★★★ Isagia98 - 29/giu/2015

Ottima per il risparmio! Ci vorrebbero più partner x avere più scelta di prodotti da scaricare

12. Da scaricare

★★★★★ Sonja1981 - 29/lug/2015

Ottima app! Sarebbe il massimo se venissero registrati più spesso nuovi prodotti in promozione!

13. Ottima

★★★★★ N.Carmen - 24/lug/2015

App utilissima, evita di portarsi dietro stampe di coupon. Dovreste aggiungere più coupon.

INSEGNAMENTI TRATTI

#2: mobile diverso da cartaceo

- Funzionano anche **coupon di basso valore facciale**, perfino inferiori a 0,50€
- Possibile creare meccaniche **multi-buy** (anche in momenti diversi) orientate alla **fidelizzazione nel tempo**
- Più facile creare meccaniche **bundle** (anche in momenti diversi) orientate a comunicare e favorire l'**abbinamento fra più prodotti**



INSEGNAMENTI TRATTI

#3: il mobile coupon «fidelizza»

- Il mobile coupon serve per **acquisire** un nuovo cliente
 - *mediamente il 68% degli utilizzatori non risulta già cliente o interessato al brand negli ultimi 12 mesi (dato medio tutte le campagne coupon PxO)*
- Il mobile coupon serve anche per **fidelizzare** il cliente conquistato
 - *71% degli utenti redime più coupon, nel 86% dei casi il secondo coupon è multi-buy (dato relativo a 10 campagne che su prodotti di nuovo lancio)*



 **Pazzi x le
Offerte!**
COUPON per la tua spesa

Luciano Mazzone
lucianomazzone@klickapromo.it