

# Omnichannel Experience e Programmi Fedeltà: a che punto sono le aziende italiane?

Cristina Ziliani

XVII Convegno  
Osservatorio Fedeltà UniPR

Loyalty Evolution

20 ottobre 2017

## QUALE RUOLO PER IL PROGRAMMA FEDELTA'?

E' il touchpoint numero uno per la raccolta di dati sul cliente

E' presente nel 62% delle aziende

E' già multicanale

E' gestito da persone che hanno la cultura del dato, della personalizzazione e della fedeltà

## Indagine internazionale

Top 100 della loyalty

63% ha un programma fedeltà  
83% nel retail  
37% nell'industria

78% consente di accumulare punti  
sia online sia offline

43% ha strumento di pagamento

## Indagine Italia

140 aziende, 78% B2C

62% ha un programma fedeltà  
70% nel B2C

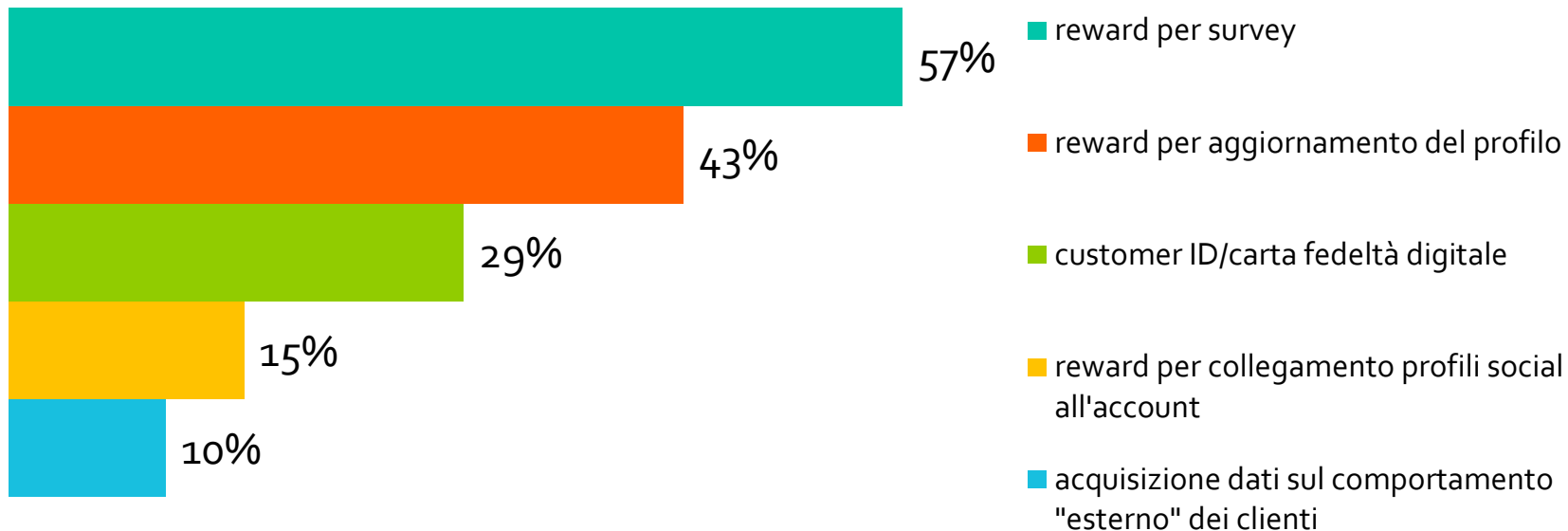
60% consente di accumulare punti  
sia online sia offline

18% ha strumento di pagamento

# EVOLUZIONE DEI PROGRAMMI FEDELTA'

- RACCOLGONO DATI SUL CLIENTE PER UNA INSIGHT PIÙ RICCA
- PREMIANO COMPORTAMENTI **NON** D'ACQUISTO
- PERSONALIZZANO
- MIGLIORANO L'ESPERIENZA DEL CLIENTE SEMPLIFICANDO LA JOURNEY

# Raccolta "avanzata" di dati sul cliente





So many ways to earn fabulous rewards

#### SHOP

Earn 10 points per \$1  
every time you shop in store  
and on any website  
where Lancôme is sold.



#### CONNECT

Earn up to 50 points  
every time you connect with  
us on Facebook, Instagram,  
Twitter and Foursquare.



#### SHARE

Earn up to 25 points  
every time you share your  
favorite finds on Facebook,  
Instagram and Twitter.



## Lancôme

Follow Lancôme on Twitter: +5 punti

Use our Twitter Hashtag: +5 punti

Use our Instagram Hashtag: +5 punti

Follow Lancôme on Snapchat: +10 punti

Connect with Lancôme on Facebook: +50 punti

Connect with Lancôme on Twitter: +50 punti

Connect with Lancôme on Instagram: +50 punti



Upload Your Receipt



Add Your Loyalty Card

## Kellogg's Family Rewards

I punti si raccolgono:

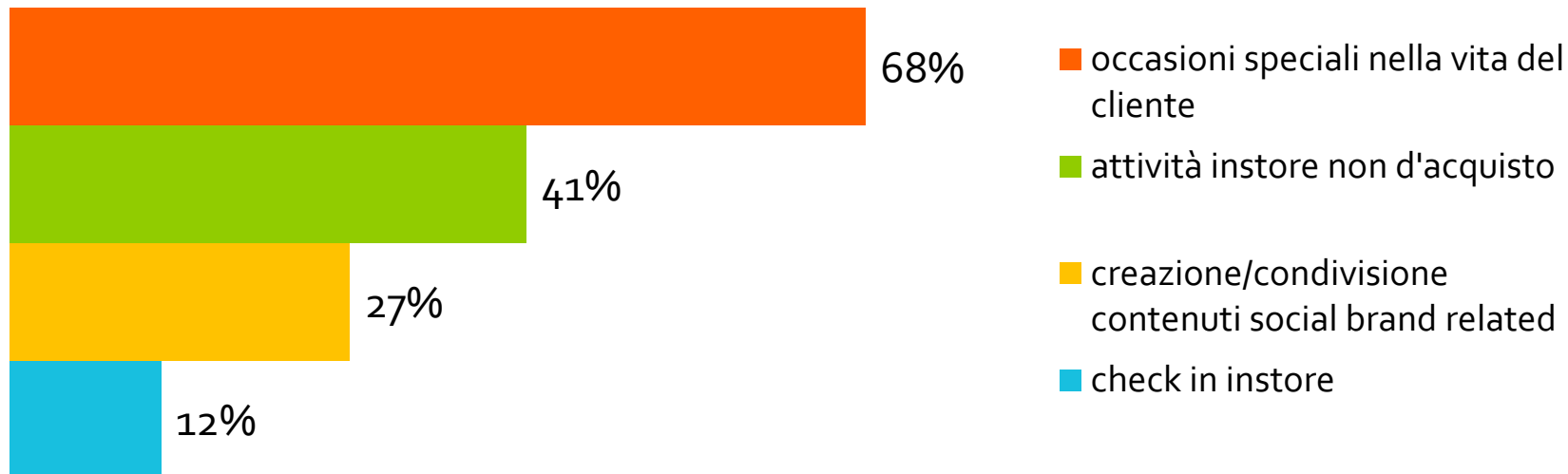
acquistando prodotti Kellogg's e caricando lo scontrino sul sito [www.KFR.com](http://www.KFR.com)

collegando un loyalty account ID di un retailer partecipante al proprio profilo Kellogg's Family Rewards e confermandolo con l'acquisto di un prodotto Kellogg's

100 punti bonus con la prima scansione dello scontrino

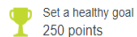
100 punti bonus collegando la prima *loyalty card*

# Premiare comportamenti non d'acquisto





### Ways to earn points



Set a healthy goal  
250 points



Walk, run or cycle  
20 points per mile



Test blood pressure  
20 points per daily log



Achieve a healthy goal  
250 points



Exercise activities  
20 points per daily log



Monitor blood glucose  
20 points per daily log



Link a health app or device  
250 points per device



Weigh-in  
20 points per daily log



Quit tobacco with NRT  
20 points per daily log

## Walgreens' Balance Rewards

Premia per il monitoraggio della propria salute: tracking activity, recording weight, and quitting smoking

Partnership con app specialistiche – il cliente guadagna punti per il loro uso:

*Lose It!*

*Runkeeper*

*WebMD*

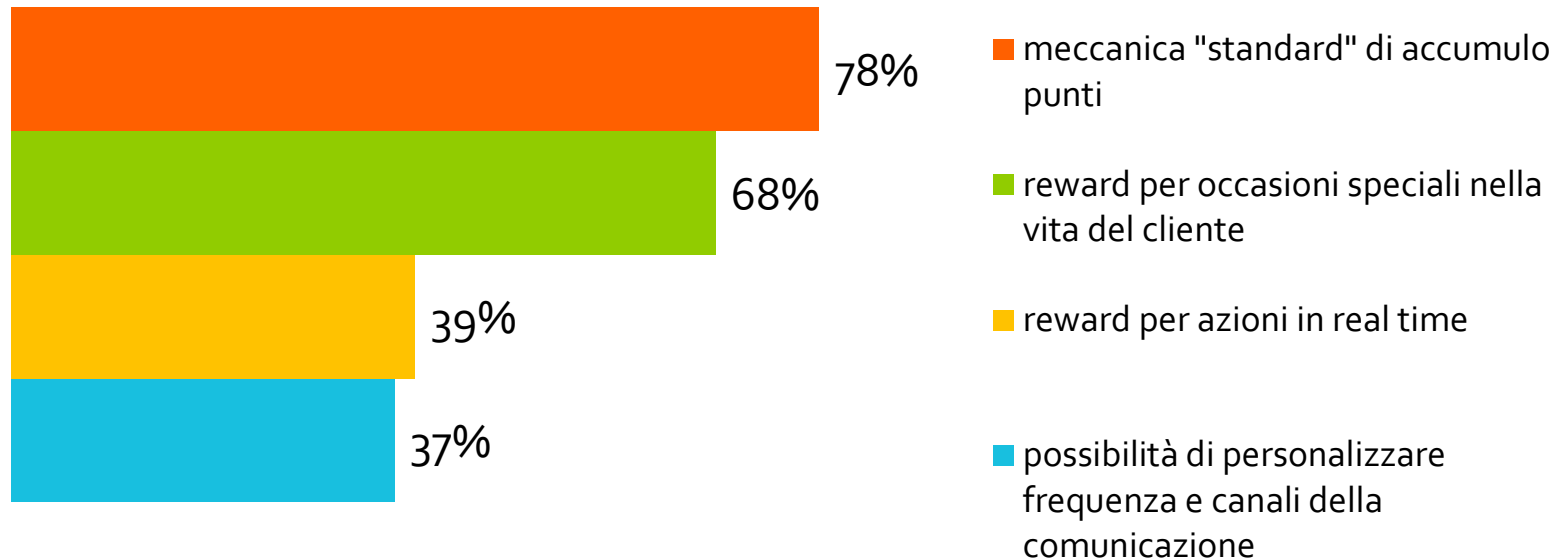
*The Johnson & Johnson Official 7 Minute Workout App*

*Withings Healthmate*

*Contour Diabetes app*

*Google Fit*

# Personalizzazione




**metro**  
my grocer

## Just for Me

*Saving has never been this personalized*


**NEW**



- My points balance**  
See your points balance in real time
- My personalized coupons**  
which allow me to accumulate more points on the products I love
- My personalized flyer**  
with deals from the flyer reorganized according to my tastes
- My usuals**  
that I buy frequently are easier than ever to add to my shopping list
- My weekly menu**  
that gives me recipe ideas created to fit my lifestyle and based on the flyer deals

*Sign up today!*

Sign up on [metro.ca](http://metro.ca) 

already have an account? 

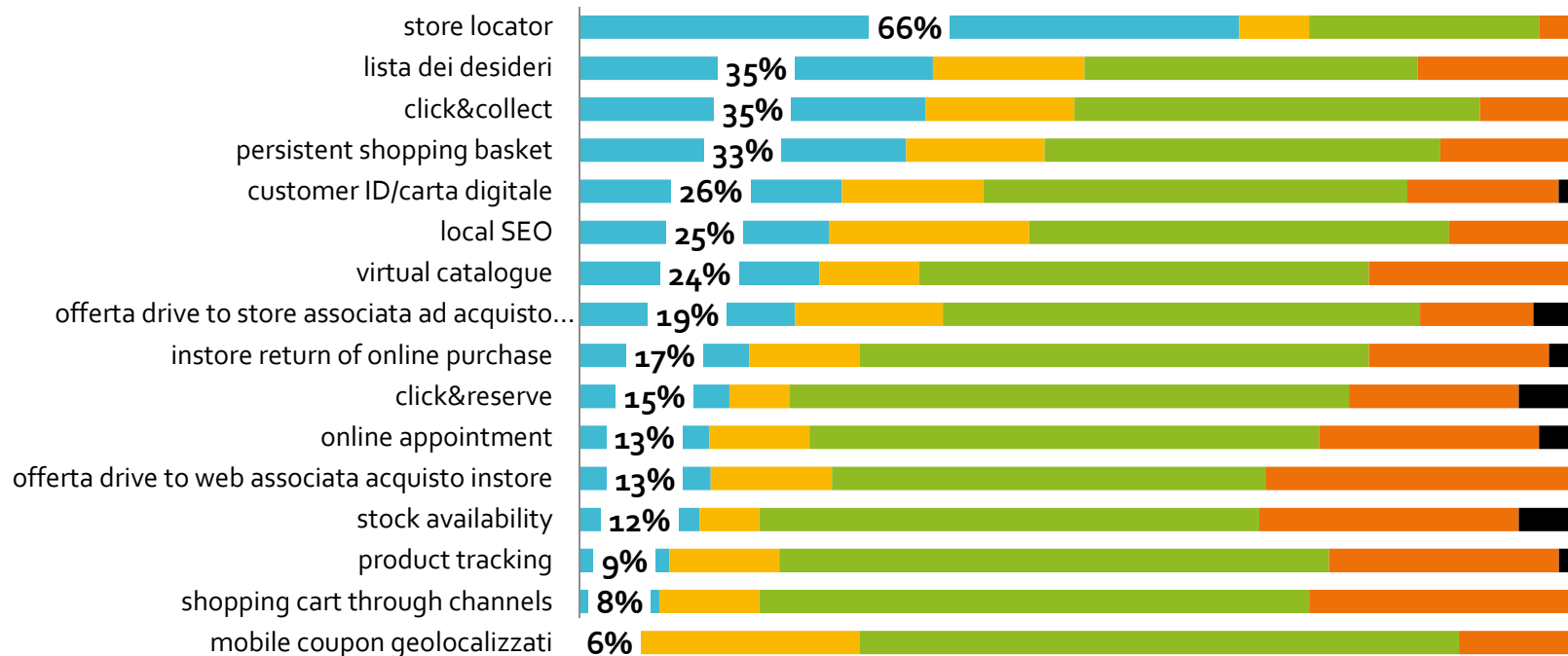
# Le "cuciture" tra canali per l'omnichannel

## Drive to store

- Store locator
- Local SEO
- Stock availability
- Online appointment
- Lista dei desideri
- Click & reserve
- Coupon su mobile basati sulla geolocalizzazione
- Offerta associata ad un acquisto online (solo per il pdv fisico)
- Click & collect
- In store return of digital purchase
- Persistent shopping basket

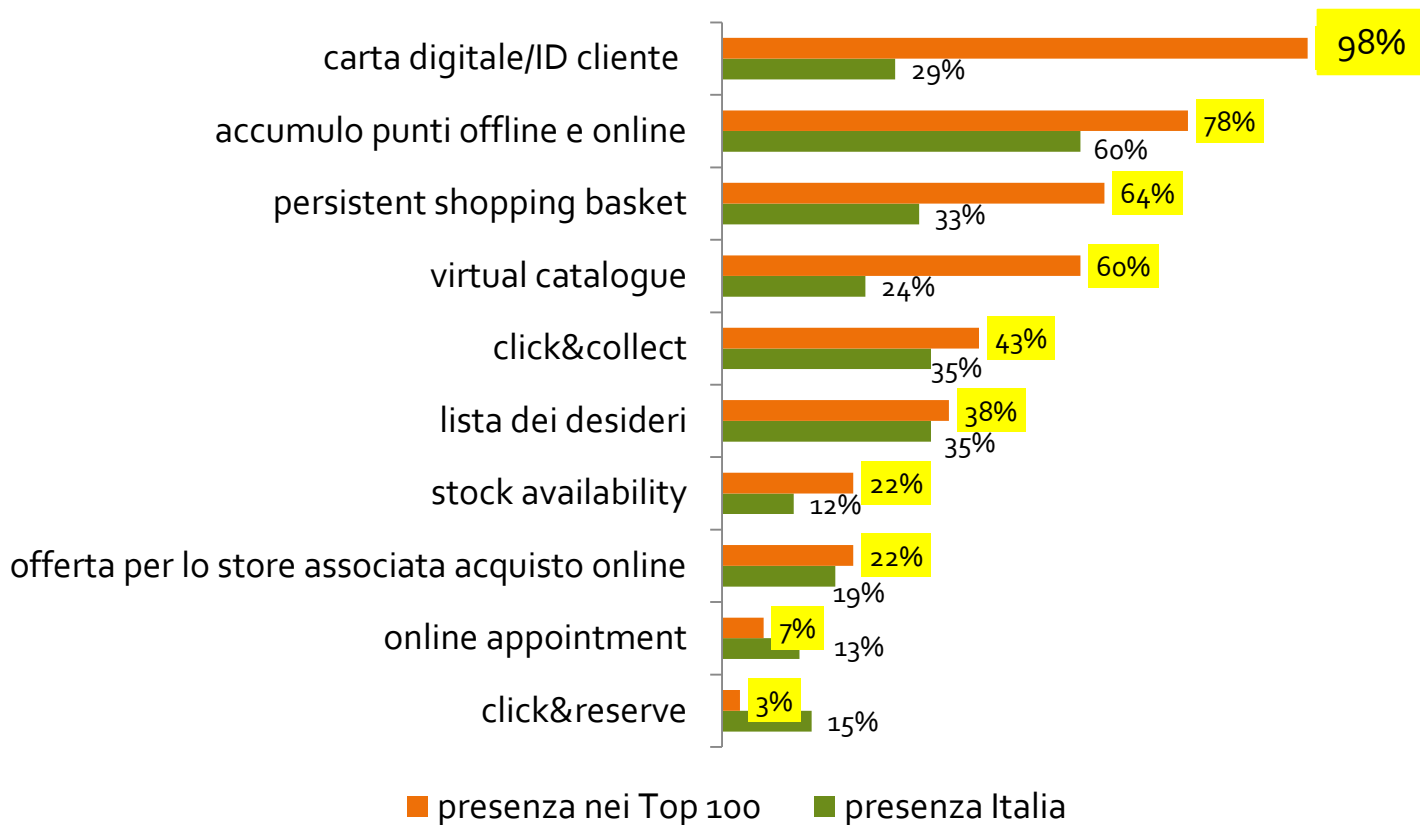
## Drive to web

- Customer ID/carta digitale
- Virtual catalogue
- Product tracking / ordering
- Offerta per l'online associata ad un acquisto nel pdv fisico
- Shopping cart available through channels



- Sì, offriamo già questo servizio
- Sì, ci abbiamo investito e lo offriremo entro un anno
- No, non lo offriamo ma stiamo a vedere se ha successo
- No, non lo offriremo ma è interessante
- No, non ha futuro

## Servizi di «cucitura» confronto Italia - Top 100



# IL PERCORSO VERSO L'OMNICHANNEL LOYALTY

1. Essere presenti sui touchpoint rilevanti
2. Catturare i dati sui diversi touchpoint
3. Integrare i dati del CRM con quelli degli altri touchpoint
4. Analizzare le insight "arricchite" sui clienti e condividerle verticalmente in azienda affinché entrino nel processo decisionale strategico
5. Disegnare percorsi per i clienti che risolvano i loro bisogni utilizzando i servizi "di cucitura" tra canali più opportuni

“Anche il viaggio più lungo  
inizia con un passo”

*Lao Tzu*