

Project: Loyalty Platform

L'idea di questo progetto è aiutare tutte le attività ad incrementare il tasso di fidelizzazione, ritenere i clienti e acquisirne di nuovi

È fondamentale coinvolgere anche gli utenti che provengono dall'online. Per questo sarà necessario l'integrazione con i moduli marketing di terze parti (Woocommerce, Prestashop, Shopify, Wordpress).

La probabilità di vendere a un cliente esistente è compresa tra il 60% e il 70%, mentre a un potenziale nuovo cliente solo tra il 5% e il 20%.

Il target di riferimento sono attività locali con +2 stabilimenti.

Gli obiettivi principali sono:

- Aumentare il fatturato
- Ritenere i clienti
- Ottenere nuovi clienti grazie a quelli esistenti
- Costruire un Database qualificato

1. Aumentare il Fatturato

Come?

- Aumentando la frequenza delle visite
- Aumentando la spesa media
- Acquisti ripetuti non programmati

L'obiettivo finale è aumentare le vendite di un 15% - 30% con i soli membri del programma.

2. Ottenere nuovi clienti grazie a quelli esistenti

Come?

- Incrementando le recensioni positive dei clienti (Un cliente soddisfatto sarà più propenso ad effettuare nuovi acquisti e a parlare della propria esperienza)
- Sfruttando il Modulo di Referral

Le persone prima di scegliere o acquistare un determinato prodotto cercando i feedback su internet.

Il 60%/80% delle vendite avviene con i membri del programma.

3. Costruire un Database **VALUTARE DOVE TENERE QUESTI DATI**

Perché?

- Miglior conoscenza dei nostri clienti
- Valorizzazione del nostro locale
- Rispetto totale del GDPR

Questa piattaforma deve essere flessibile e su misura

I processi devono essere semplici e fluidi durante la fase di iscrizione e identificazione del cliente.

Ci devono essere numerose possibilità di comunicazione per incentivare il database in modo personalizzato e automatizzato.

Diversi programmi di fidelizzazione per offrire un programma su misura.

Spazio fedeltà intuitivo e Modulo Referral completo.

Programmi Fedeltà

1. Programma a Punti

Il sistema a punti si concentra sul principio che più spendi, più punti avrai. Ogni volta che un cliente fa un acquisto, ottiene un certo numero di punti, a seconda della spesa.

È molto efficace con prodotti non troppo costosi perché se i consumatori devono accumulare troppi punti, perdono interesse.

Premiando i clienti con punti riscattabili, aumenti il valore medio degli ordini del cliente e incoraggi quest'ultimo a investire nel tuo locale — quindi è meno probabile che il cliente passi alla concorrenza.

Una variante di questo tipo di programma fedeltà è il **catalogo premi**. In questo modello di fidelizzazione i punti accumulati possono essere riscattati per ottenere dei premi chiaramente elencati su un catalogo

2. Programma a Livelli

Il sistema a livelli si concentra su strati di fedeltà. Messa in altri termini, più fedeli sono i tuoi clienti (ovvero: più comprano da te), più livelli sbloccheranno, ricevendo così premi sempre più importanti.

Offrire livelli in un programma fedeltà è un ottimo modo di coinvolgere i clienti e non far cadere nel dimenticatoio il tuo locale. Inoltre, i livelli hanno un ruolo anche sull'aspetto ludico, dato che più i membri raggiungono e sbloccano livelli alti, più “giocano”.

Ogni livello riserva vantaggi speciali ed esclusivi ai membri del programma.

Se vuoi motivare i membri a raggiungere i livelli più alti del programma, includi per ogni livello delle percentuali che indichino quanti membri l'hanno raggiunto.

Ciò spingerà i membri a raggiungere un livello più alto per guadagnare lo status sociale degli altri membri di quel livello, e gli darà pure qualcosa cui aspirare.

3. Membership Esclusiva (a pagamento)

Con accesso a servizi premium scelti dal titolare dell'attività.

L'idea dietro un programma a pagamento è di far sentire i clienti più fedeli dei **VIP**. In altre parole, il possessore di una carta fedeltà (digitale) fa parte di un club esclusivo che gli garantisce una serie di servizi altrettanto esclusivi.

Il nome di un brand da solo però non basta, il cliente deve essere certo che il valore del programma superi (in abbondanza) il costo della fidelity card, ovvero che la tessera digitale sia “un affare”.

4. Programma con Cashback

Tecnica di fidelizzazione che garantisce il ritorno del cliente.

Il principio di base è quello della raccolta punti, la differenza consiste nel riconoscere al cliente un valore in denaro in proporzione all'importo speso da utilizzare negli acquisti successivi.

Non c'è bisogno di aderire ad un circuito di pagamento. Il cashback viene applicato in piena autonomia solo ai clienti del proprio locale.

La modalità di applicazione del cashback è a discrezione del commerciante, in quanto sarà lui stesso a scegliere se applicare questo metodo in base al numero di acquisti effettuati, in base ai soldi spesi o in base a speciali promozioni o eventi.

5. Programma Coalizione

Il programma coalizione implica, come il nome stesso suggerisce, una collaborazione con altre imprese per offrire ai tuoi clienti sconti e vantaggi non solo con il tuo marchio, ma anche con altri marchi associati.

In altre parole, i clienti che fanno parte di questo tipo di programma fedeltà hanno la possibilità di usufruire di vantaggi non solo nei punti vendita dell'azienda che offre il programma, ma anche nei punti vendita di altre aziende sovvenzionate.

OGNI PROGRAMMA DEVE AVERE ANCHE DELLE REGOLE E OFFRIRE LA POSSIBILITÀ DI INSERIRE DELLE CONDIZIONI

- **Per famiglia / Per prodotto**
- **Scadenza punti**
- **Giorni particolari**
- **Potenziatori di punti**

IDEA VISUALE DELLA PIATTAFORMA

L'idea è suddividere la piattaforma in 2 parti:

➤ **CLIENTI** dove possiamo:

- Creare una tessera,
- Convalidare un acquisto,
- Identificare il cliente,

Successivamente, una volta identificato il cliente, sul profilo ci deve essere la possibilità di:

- Vedere **tutti i messaggi che ha ricevuto**,
- **Cronologia dei punti** (Possibilità di aggiungere o togliere punti in maniera manuale),
- **Le visite effettuate** (possibilità di aggiungere visite in maniera manuale),
- I **coupon disponibili** (possibilità di aggiungere codici sconto manualmente previamente configurati),
- La possibilità di **inviare SMS manuali** (con o senza previa configurazione).

➤ **BACKOFFICE**, dove troviamo:

- Amministrazione
- Configurazione
- Funzionalità
- Campagne
- Dati & Statistiche

BACKOFFICE

AMMINISTRAZIONE

- **Utenti**, possibilità di creare utenti con accesso completo a tutta la piattaforma, o con delle restrizioni.
- **Fattura**
- **Fattura messaggi**

CONFIGURAZIONE

- **Programma fedeltà**, recap del programma scelto, punti e tutte le ulteriori informazioni.
- **Spazio Fedeltà**, coordinate del locale (social, email, telefono, indirizzo), logo, immagini, video, link esterni, colori.

Inoltre, da qui deve essere possibile personalizzare anche il formulario che dovrà essere riempito dai clienti per iscriversi al programma e la pagina di login.

- **Termini legali del locale**, i clienti devono essere in possesso.
- **Codici QR**, codici disponibile per essere scaricati

- **Messaggi personalizzati**, qui troviamo i parametri (scelta del mittente dei messaggi) e la gestione dei messaggi (messaggi standard preconfigurati).
- **Geolocalizzazione**, se il cliente aggiunge la sua tessera digitale al suo Apple Wallet o Google Pay sarà possibile inviare notifiche gratuite scegliendo la distanza.
- **Short Url**, possibilità di creare e accorciare link.
- **Short Url Google My Business**, link che porti il client direttamente alla pagina Google My business dell'attività per lasciare una recensione.
- **Formulario** per la registrazione
- **Recensioni**, possibilità di aggiungere Facebook, TripAdvisor.

FUNZIONALITÀ

- **Email Marketing** (senza integrazione, editor, template pronti)
- **Landing Page**, template pronti.
- **Coupon Digitali**, sconti in €, %, punti o regali.
- **Prenotazione** (integrato a Google Calendar)
- **Modulo Referral**, spazio dello sponsor, dello sponsorizzato.
- **Marketing Automation** (Compleanno, Reminder appuntamento o evento, Animazione, Invio SMS poi Email poi SMS)
- **Social**, possibilità di pubblicare i post inserendo dei link, monitorare l'andamento dei post e aggiungere queste info alle statistiche.
- **SMS Advertising**, trovare partner che hanno lista contatti profilati in tutto il territorio con il rispettivo consenso. Sms in base all'età, regione, città, comune, sesso.
- **RCS**, comunicare via SMS in mondo interattivo. (ha dei limiti).
- **Site Tracking**, possibilità di far scattare azioni specifiche in base alle interazioni dell'utente con il sito del locale. Es. Se l'utente visita una pagina specifica, allora gli si invia una mail con ulteriori dettagli. Idea: si collega il codice al sito del cliente, si traccia gli eventi e infine, si automatizza (inserisci il lead in una determinata lista, gli invio un sms o una mail).
-

CAMPAGNE

- **SMS:**
 - o **Possibilità acquistare pacchetti SMS**
 - o **SMS Advertising**, trovare partner che hanno lista contatti profilati in tutto il territorio con il rispettivo consenso. Sms in base all'età, regione, città, comune, sesso.
 - o **RCS**, comunicare via SMS in mondo interattivo. (ha dei limiti).
- **EMAIL**

DATI E STATISTICHE

- **Possibilità di Importare ed Esportare i dati**
- **GDPR** (Termini e condizioni)
- **Statistiche**, performance campagne SMS, email, coupon, comunicazioni automatizzate, carte aggiunte all'Apple wallet o Google play, dati clienti (sesso, età, dispositivo, orario), Modulo sponsorizzazione, Top clienti.