

TESORI DEL GUSTO



Grandi Salumifici Italiani®

CATEGORIA TECNOLOGICA:
CRM/SOLUZIONI PER MARKETING E VENDITE

TESORI DEL GUSTO

TESORI DEL GUSTO

SCHEDA PUNTI STORICO PREMI COME SI GIOCA ACCEDI

TESORI DEL GUSTO

Acquista i prodotti
Casa Modena & **PARMAREGGIO**
raccogli i punti e
partecipa al concorso per
VINCERE FANTASTICI PREMI
per tutta la famiglia

GIOCA IL CODICE
Inserisci il codice
che trovi nelle confezioni
e partecipa al concorso
e alla grande raccolta punti.
INVIARE IL CODICE
INVIA IL CODICE

GRANDE RACCOLTA PUNTI
Meravigliosi regali
per tutta la famiglia
SCOPRI TUTTI I REGALI

CONCORSO A PREMI
Vinci ogni settimana,
ogni mese e
il Super Premio Finale:
una Fiat 500X.
SCOPRI TUTTI I PREMI

CLUB DEL GUSTO
Per entrare bastano
20 punti e i codici di almeno
4 categorie
di prodotto diverse!
SCOPRI TUTTI I PREMI

E USCITA LA NUOVA APP DI TESORI DEL GUSTO!
Scopri la nuova app di **Tesori del Gusto!**
Scaricala subito, gioca e ottieni **10 punti omaggio!!!**
Cosa aspetti?

SCHEDA PUNTI STORICO PREMI COME SI GIOCA PROFILO

Concorso a premi valido fino al 31/12/2017.
Montepremi di 39.540,00 € (IVA inclusa) - Regolamento - Note legali

Casa Modena **PARMAREGGIO**

La prima edizione di “Tesori del Gusto” è stata lanciata nel 2014 e rinnovata per 4 anni consecutivi (2014-2017).

Si tratta del primo **coalition loyalty programme interamente digitale nel largo consumo**, sviluppato in co-marketing da due aziende leader nel mercato massivo del Food italiano, Parmareggio e Grandi Salumifici Italiani.

Tesori del gusto è studiato per coinvolgere tutti i decili di consumo dei brand Parmareggio e Casa Modena (consumatori occasionali, medium ed heavy), favorendo la fertilizzazione delle rispettive customer-base dei due brand. Il programma, basato su **strategie di behavioural marketing**, accompagna i consumatori all’interno di un percorso di fidelizzazione **senza coinvolgere il retail**.

GLI OBIETTIVI

1. coinvolgere le customer-base di entrambi i brand, Parmareggio e Casa Modena
2. promuovere le modalità di partecipazione multicanale, dall’sms, al web, all’app, al chat bot
3. sostenere attività di acquisto ripetuto, cross referenza e cross brand, nonché attività di interazione valoriale brand-utente
4. avviare un dialogo personalizzato con i consumatori, basato sulla mappatura comportamentale in tempo reale.

FOCUS SULLA MULTICANALITÀ

COME SI GIOCA

GIOCA I CODICI CHE TROVI NELLE CONFEZIONI DEI PRODOTTI CASAMODENA E PARMAREGGIO



VIA SMS

INVIANDO IL CODICE AL NUMERO

320 202543



VIA APP

SCARICALA SUBITO SU:



ALLA PRIMA GIOCATA RICEVERAI
10 PUNTI OMAGGIO!



VIA CHATBOT

COLLEGATI SUBITO SU:



GIOCA E CHIEDI ASSISTENZA
DIRETTAMENTE SUI SOCIAL



VIA WEB

ACCEDENDO ED INSERENDO I CODICI

GIOCA IL CODICE

Il coinvolgimento dell'utente è totalmente **multicanale**: la partecipazione e l'interazione all'interno del programma avvengono attraverso **sms, web e app dedicata, ma anche tramite chat bot!** Quest'ultimo tool, introdotto nel 2016, è stato utilizzato come **strumento interattivo sia per la partecipazione attiva al programma, sia per il customer care.**

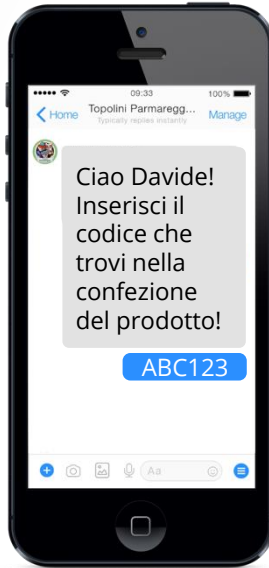
L'utilizzo del chat bot è totalmente disruptive **nel panorama italiano della loyalty**: è una modalità di comunicazione a cui i consumatori si stanno avvicinando e che **semplifica enormemente l'interazione, facendola diventare naturale, come dialogare con un amico!**

COME FUNZIONA IL CHAT BOT

Regular flow



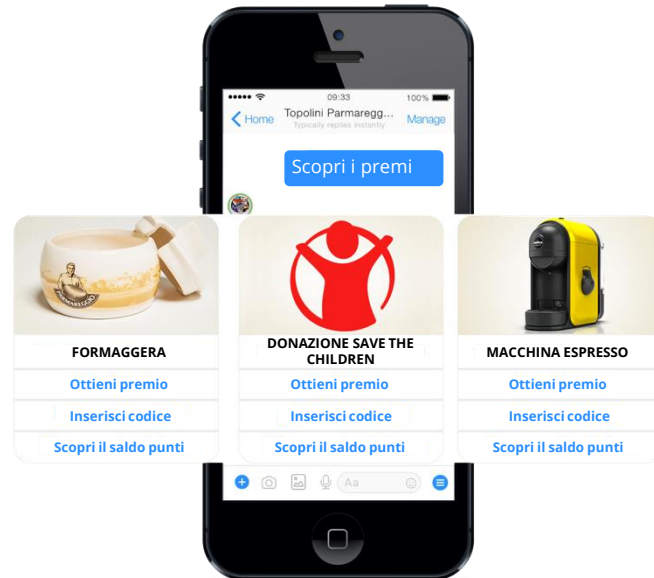
HOME
chat bot Messenger



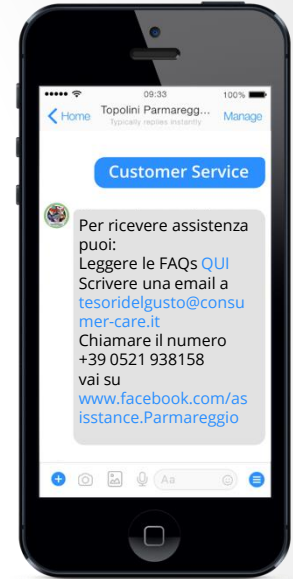
Inserisci il codice per
PARTECIPARE



Scopri il tuo
SALDO PUNTI



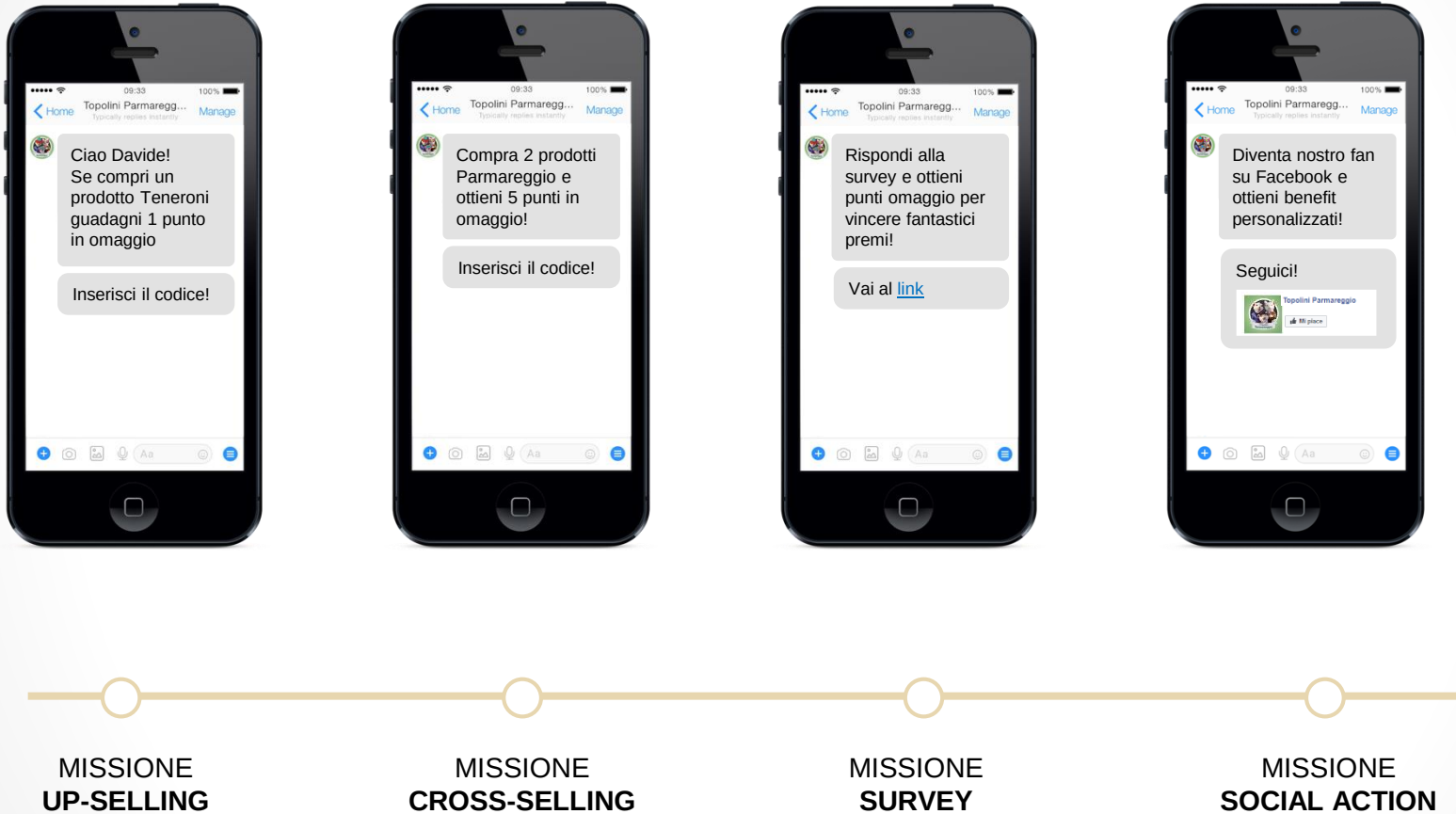
PREMI
NEL CATALOGO



Ricevi assistenza dal
CUSTOMER CARE

COME FUNZIONA IL CHAT BOT

Missioni comportamentali – behavioural marketing



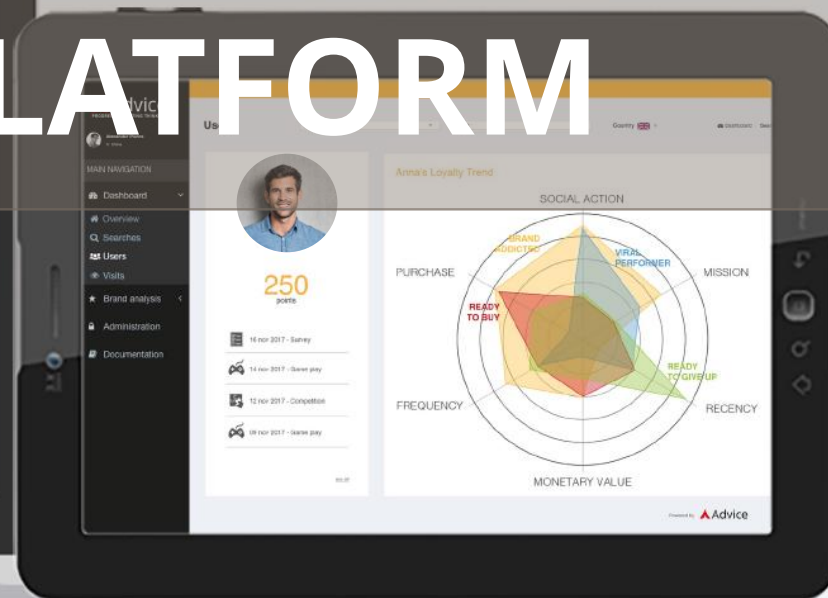
Sia il Regular flow che le missioni comportamentali vengono veicolate attraverso tutti i canali coinvolti

VIDEO CASE HISTORY



Watch the video: <https://bit.ly/2EmWSGt>

CUSTOMER DATA PLATFORM



Customer Data Platform

Data analysis, crm e sell-out

MARCO

Saldo punti: 100

- 6 acquisti Teneroni
- Download app



MISSIONE
CROSS SELLING

From: **Tesori del Gusto**

Ciao Marco,
Compra un prodotto Parmareggio, per te subito 10 punti in omaggio!

Go!



MOBILE

LAURA

Saldo punti: 100

- 2 acquisti Parmareggio
- 1 acquisto Teneroni
- 1 survey



MISSIONE
UP-SELLING

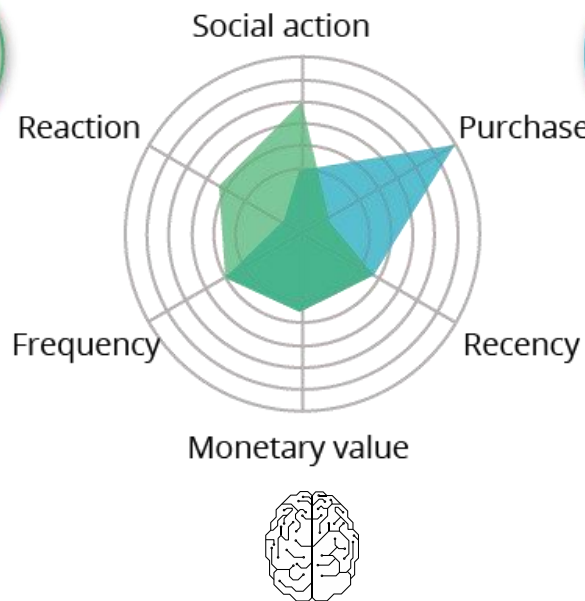
From: **Tesori del Gusto**

Ciao Laura,
Compra di nuovo i Teneroni, per te subito 5 punti in omaggio!
E se giochi via Chat Bot raddoppiano!

Go!



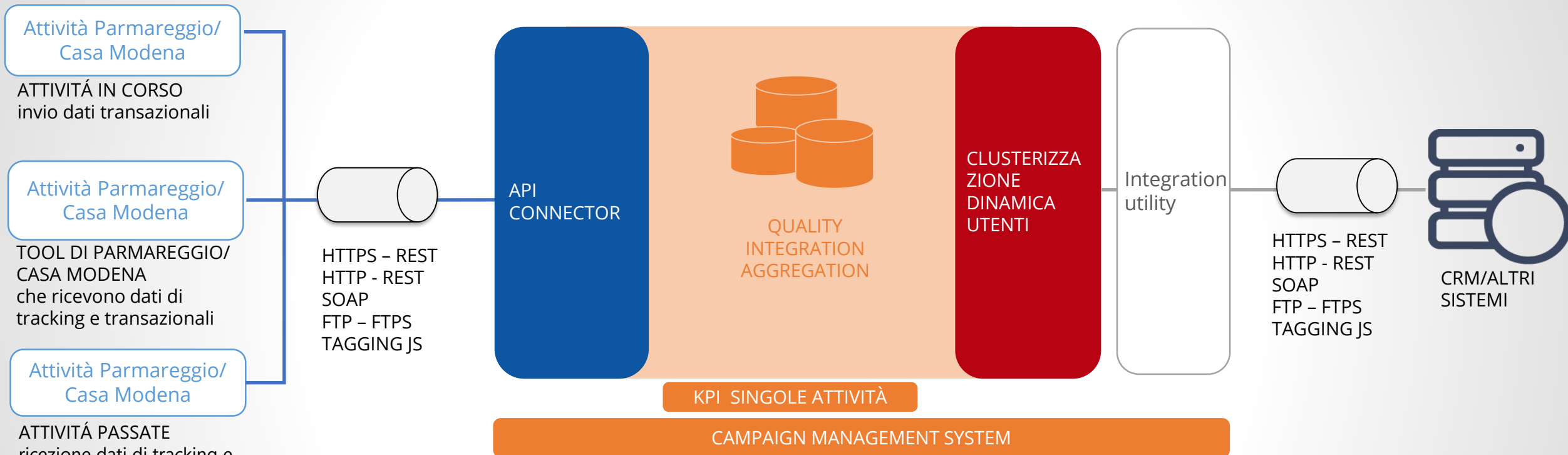
DESKTOP



All'interno di un programma di loyalty tradizionale, Marco e Laura potrebbero sembrare due utenti identici per Casa Modena e Parmareggio, in quanto possiedono il medesimo saldo punti. **In realtà la mappatura comportamentale rivela profili molto differenti.** È quindi necessario studiare **percorsi di fidelizzazione diversi** per guidarli e **orientarne i comportamenti successivi**. La nostra Customer Data Platform ci permette di analizzare i dati raccolti in tempo reale, definire cluster comportamentali e **inviare specifiche missioni agli utenti, per migliorare le performance di vendita e le attività di interazione valoriale, costruendo un dialogo costante nel tempo.**

Customer Data Platform

Struttura tecnologica



La Customer Data Platform di Advice è in grado di raccogliere tutti i dati derivanti dai touch points di Parmareggio e Casa Modena, normalizzarli, analizzarli e riclassificarli, in modo da restituire **cluster comportamentali dinamici**, aggiornati in tempo reale. Così, il **profilo di ogni persona evolve nel tempo** in base alle azioni compiute, e migra all'interno dei cluster dinamici. I cluster comportamentali sono particolarmente utili per definire strategie di comunicazione volte a **dialogare in modo personalizzato** con il cliente, inviandogli specifiche call to action per incrementare le **performance di vendita e retention**.

Monitorare l'andamento dell'attività in corsa permette di agire tempestivamente grazie al supporto del team di analisti dedicati per **valutare azioni correttive o a supporto**, specifiche per ogni cluster cliente.

Customer Data Platform

Struttura tecnologica

- La Customer Data Platform di Advice Group eroga i suoi **servizi in modalità SAAS** per garantire la massima trasparenza tecnologica sia dei touch point sia delle utility esterne
- la struttura permette il **facile aggiornamento dei moduli implementati e l'incremento del loro numero nel tempo** secondo le esigenze del cliente.
- il sistema permette anche il mantenimento della più stretta **retro-compatibilità**, garantendo quindi il minor numero di aggiornamenti da parte dei touch point rispetto ai necessari aggiornamenti del sistema centrale
- **l'integration utility** garantisce anche la compatibilità e l'aggiornabilità del solo canale comunicativo in caso di evoluzioni dei sistemi terzi, disponibile ovviamente per l'integrazione di nuove features
- tutti i **servizi sono forniti di documentazione e di specifiche di integrazioni**, attraverso un repository online aggiornato frequentemente
- **tutto il sistema è ospitato su servizi cloud ad alta affidabilità, scalabilità e con il livello di protezione NGF** (supportato dalle tecnologie IPS/Threat/Antivirus e WAF). Il sistema, inoltre, è posto su una rete privata non raggiungibile da reti esterne o da reti ospitate dallo stesso fornitore

Certificazioni di sicurezza



[CSA](#)
Controlli Cloud
Security Alliance



[ISO 9001](#)
Standard globali di
qualità



[ISO 27001](#)
Controlli di gestione
della sicurezza



[ISO 27017](#)
Controlli
specifici per
il cloud



[ISO 27018](#)
Protezione dei dati
personali



[PCI DSS Level 1](#)
Standard su carte di
pagamento



[SOC 1](#)
Report sui controlli di
audit



[SOC 2](#)
Report su sicurezza,
disponibilità e riservatezza

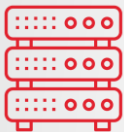


[SOC 3](#)
Report sui controlli
generali

Risultati KPI



Il progetto ha ottenuto performance tali da garantire il **rinnovo per 4 anni consecutivi** (2014-2017)



Sono stati **mappati oltre 6 milioni di acquisti** e sono stati **coinvolti 1,6 milioni di utenti!**



Nel 2016 il 10% degli utenti coinvolti ha reagito positivamente alle missioni inviate. **Il 50% è un acquirente cross-prodotto e il 25% acquista prodotti cross-brands.**



Il progetto ha un alto potere di **new engagement che si mantiene costante al 25% fino all'ultima settimana di promo**, anche grazie alla possibilità di partecipare in multicanalità



THINK PROGRESS
CHOOSE **ADVICE**