



Milan Entertainment

CRM PROJECT UN MONDO TUTTO DA SCOPRIRE

Direzione Commerciale



Milano, ottobre 2006

Non contate le persone che raggiungete, raggiungete le persone che contano

Garth Hallberg



A.C. Milan

CRM PER UNA SQUADRA DI CALCIO?

- Cosa rappresenta il CRM per il Milan?

Lo strumento necessario per individuare le necessità del tifoso/cliente per poi soddisfarle migliorando i servizi ad esso dedicati

- In che modo?

Creando un database centralizzato, controllando le diverse fonti di contatto, per migliorare i profili dei clienti/tifosi

Creando una serie di servizi “customizzati” in base al profilo del tifoso/cliente



Milano, ottobre 2006

Non contate le persone che raggiungete, raggiungete le persone che contano

Garth Hallberg



A.C. Milan

STRATEGIA ON LINE



Milano, ottobre 2006

Non contate le persone che raggiungete, raggiungete le persone che contano

Garth Hallberg

A.C. Milan



SERVIZI OFFERTI



Milano, ottobre 2006

Non contate le persone che raggiungete, raggiungete le persone che contano

Garth Hallberg



A.C. Milan

1) ACMILAN.COM

ACMILAN.COM

- 15 milioni di pagine viste al mese
- 900 mila visitatori unici mensili

- sito editato in 6 lingue:



- versione navigabile



Milano, ottobre 2006

Non contate le persone che raggiungete, raggiungete le persone che contano

Garthi Hallberg



A.C. Milan

2) NEWSLETTER - MILANews

NEWSLETTER

Il modo più semplice e diretto per comunicare con i nostri tifosi, per tenerli sempre informati sugli eventi del Mondo Milan

**OBIETTIVO:
COMUNICARE
DIRETTAMENTE CON
I NOSTRI TIFOSI**



Milano, ottobre 2006

Non contate le persone che raggiungete, raggiungete le persone che contano

Garthi Hallberg



A.C. Milan

STATISTICHE NEWSLETTER

L'ANALISI STATISTICA ci permette di capire quali sono le notizie più lette, le comunicazioni che generano maggiore interesse tra i membri della community.

In questo modo riusciamo a tracciare il comportamento del tifoso, capire i suoi principali interessi e migliorarci per offrire un prodotto che risponda alle esigenze dei nostri supporters.

**OBIETTIVO:
CAPIRE I BISOGNI E
LE ESIGENZE DEI TIFOSI**

The screenshot shows the AC Milan newsletter interface. At the top, it features the AC Milan logo and the title 'MILANews' with the tagline 'TU SEI TUTTA LA MIA VITA'. Below this, there are navigation links for 'Modifica il tuo profilo' and 'Invia la newsletter ad un amico'. The main content area is divided into several sections: 'IL TUO VOLTO SU ACMILAN.COM!' with a photo gallery and a 'Per saperne di più...' link; 'In questo numero' listing topics like 'Brezzi in chat!', 'Forza Milano regala il megaposter', 'Sera di anticipi e puntigli', and 'Torneo Fondazione Milan-adidas Cup'; 'Moglie ufficiali e accessori esclusivi' with the website 'www.milanstore.biz'; and 'Una squadra fortissima!' with a link to 'qualche acquisto mirato a centrocampo, con quel tirante ha buone probabilità di vincere...!'. Below these sections are promotional banners for 'Gioca su bwin e vinci i biglietti per le partite' and 'Video gallery' featuring clips of Galliani, Cafu, and Jankolevskii. The 'Primo piano' section highlights articles about Cristian Brocchi, the 'Forza Milano' megaposter, Serie A anticipi, and the Milan-adidas Cup. An 'Occasioni' sidebar shows various merchandise like jerseys and scarves. At the bottom, there are logos for Adidas, Sky, PagineGialle, and Bwin, along with a small disclaimer.



Milano, ottobre 2006

Non contate le persone che raggiungete, raggiungete le persone che contano

Garthi Hallberg



A.C. Milan

STATISTICHE NEWSLETTER

VALORI REPORT NEWSLETTER

“CUORE **ROSSONERO**”

STAGIONE 2005/2006

MAIL INVIATE	100.000
MAIL CONSEGNATE	81,3%
TASSO D'APERTURA	30,4%
CLICK THROUGH	15%

L'analisi dimostra che un tifoso/cliente su due approfondisce le notizie e le comunicazioni presenti all'interno della newsletter



Milano, ottobre 2006

Non contate le persone che raggiungete, raggiungete le persone che contano

Garth Hallberg



A.C. Milan

3) DEM - MILAN FOR YOU

DIRECT E-MAIL MARKETING

Le DEM sono uno strumento innovativo per il mercato sportivo italiano attraverso il quale mettiamo in contatto i nostri sponsor con la Community.

**OBIETTIVO:
SODDISFARE LE ESIGENZE
DEGLI SPONSOR E
VALORIZZARE I BENEFIT
PER I TIFOSI/CLIENTI**



ACQUISTA LA NUOVA MAGLIA 2006/07

SU MILANSTORE.BIZ

AVRAI LA PERSONALIZZAZIONE DI KAKA' IN OMAGGIO!

Milan Entertainment Srl non potrà essere ritenuta responsabile di danni e pregiudizi che dovessero essere subiti da consumatori o da qualsiasi terzo, derivanti da, o conseguenti a, vizi dei prodotti/servizi acquistati direttamente da enti/società diversi da Milan Entertainment Srl.

TUTELA DELLA PRIVACY

Ricevi questa email perchè hai dato il tuo consenso al trattamento dei dati personali e a ricevere comunicazioni commerciali, avendo partecipato ad una iniziativa organizzata o collegata a A.C. Milan. A.C. Milan garantisce la massima riservatezza sui dati personali ai sensi del Dlgs 196/03 e si impegna a provvedere alla loro cancellazione o modifica qualora l'interessato ne faccia richiesta. Se non vuoi più ricevere comunicazioni, [clicca qui](#).



Milano, ottobre 2006

Non contate le persone che raggiungete, raggiungete le persone che contano

Garthi Hallberg

A.C. Milan



STATISTICHE DEM

GENNAIO 2005 - MAGGIO 2006

2.750.000 DEM INVIATE



REDEMPTION MEDIA TOP CLIENTS

OPEN RATE:	24%
TOP OPEN RATE:	37%
CLICK RATE:	10%
TOP CLICK RATE:	20%



IL MILAN
GIOCA SEMPRE
IN CASA... TUA!



Milano, ottobre 2006

Non contate le persone che raggiungete, raggiungete le persone che contano

Garth Hallberg

A.C. Milan

SERVIZIO ESCLUSIVO PER LA COMMUNITY

4 membri della Community sono stati scelti per partecipare all'evento adidas "+10" e di giocare insieme a Nesta e Kakà.

REPORT DEM adidas +10

DEM INVIATE	24.000
TASSO D'APERTURA	24%
CLICK SPORONWEB	2.100
4 GIOCATORI SCELTI TRA I MEMBRI DELLA COMMUNITY	

ACM MILAN for You
TU SEI TUTTA LA MIA VITA
27 settembre 2006 Le offerte speciali per i Tifosi Rossoneri
adidas
+10
UNISCITI AI MIEI DIECI
ADIDAS.COM/FOOTBALL
Gioca nella mia squadra!
Esclusiva: 2 posti saranno riservati alla Community dei Tifosi Rossoneri!

**OBIETTIVO: VALORIZZARE
IL SENSO DI
APPARTENENZA**



Milano, ottobre 2006

Non contate le persone che raggiungete, raggiungete le persone che contano

Garthi Hallberg



A.C. Milan

4) AREA GAMES

TIFOSI IN RETE

Da aprile 2006 acmilan.com ha aggiunto ulteriori contenuti per gli iscritti alla propria community offrendo la possibilità di vincere premi esclusivi e allo stesso tempo di divertirsi con il nuovo gioco "Tifosi in rete"



OBIETTIVO: NUOVI CONTENUTI PER LA COMMUNITY



Milano, ottobre 2006

Non contate le persone che raggiungete, raggiungete le persone che contano

Garth Hallberg

A.C. Milan



5) MILAN ALERTS

Con questo nuovo sistema di comunicazione, completamente gratuito per il tifoso, possiamo comunicare *just in time*, in modalità push, direttamente sul desktop del membro della community, notizie, foto e video relative al Mondo Milan.



OBIETTIVO: COMUNICARE IN DIRETTA CON LA COMMUNITY



Milano, ottobre 2006

Non contate le persone che raggiungete, raggiungete le persone che contano

Garth Hallberg



A.C. Milan

STATISTICHE ALERTS

In soli 6 mesi di implementazione questo nuovo servizio ha riscontrato un notevole gradimento tra i tifosi/clienti Rossoneri che in oltre 25 mila hanno attivato questo servizio gratuito



Alerts inviati	210.000
Messaggi visualizzati	183.000
% messaggi visualizzati	87%
Click through	25.000

Fonte: Skinkers



Milano, ottobre 2006

Non contate le persone che raggiungete, raggiungete le persone che contano

Garth Hallberg

A.C. Milan

6) CAMBIO BIGLIETTO NOMINATIVO

Possibilità di effettuare questa operazione nel modo più semplice e rapido, fino a poche ore prima dell'inizio della partita, nel pieno rispetto della legge Pisanu.

CESSIONE DI UN BIGLIETTO AD UN FRUITORE TERZO
TICKET TRANSFER

Informativa ai sensi del D.M. 6 giugno 2005 e dell'art.13 D.Lgs.196/2003
Ti informiamo che i Tuoi dati identificativi (nome, cognome, luogo di nascita, data di nascita e indirizzo) saranno trattati per dare adempimento al contratto e per finalità di pubblica sicurezza e di ordine pubblico ai sensi dell'articolo 6 del Decreto del Ministro dell'Interno del 6 giugno 2005 e saranno cancellati trascorsi sette giorni dalla data dell'evento calcistico cui si riferiscono. Il conferimento dei dati a questo fine non è facoltativo e un rifiuto in merito comporta l'impossibilità di accedere alla partita.

Ti informiamo altresì che i Tuoi dati saranno trattati dall'A.C. Milan S.p.A. con sede in Milano, via Turati, 3, tel. 0039/02/62281, fax n. 0039/02/6598876, dalla Milan Entertainment s.r.l. con sede in Milano, via Turati, 3, tel. 0039/02/62281, fax n. 0039/02/6598876, contitolari del trattamento. Responsabile del trattamento è il dott. Massimo Campioli domiciliato presso l'A.C. Milan S.p.A.

Inserire i dati del biglietto - Insert ticket information
Compila tutti i campi obbligatori (*)

Partita*: **Individua i dati sul biglietto**
Match *Find your data in the ticket*

Anello*: (1) **Biglietto emesso da biglietteria**
Stadium ring *Ticket sold by ticket office*

Settore*: (2) **Biglietto bancario**
Sector *Ticket sold by bank*

Fila*: (2) utilizzare due cifre, es: 02

Posto*:

**OBIETTIVO:
PERMETTERE
AL TIFOSO/CLIENTE DI
RISPETTARE LA LEGGE
PISANU CON FACILITA'
E RAPIDITA'**



OLTRE 15 MILA CAMBI NOMINATIVI EFFETTUATI

Milano, ottobre 2006

Non contate le persone che raggiungete, raggiungete le persone che contano

Garthi Hallberg

A.C. Milan



7) MOBILE BLOG

Il MOBILEBLOG è uno strumento di Community management che permette ai tifosi Rossoneri di pubblicare (con moderazione) le proprie foto sul sito ufficiale del Milan .



MobileBlog

foto di: **giuliano**

- inviato il 15.09.06 alle 15:36
- visto 3230 volte
- categoria **stadio**

vota la foto: 1 2 3 4 5

giuliano 15.09 giuliano 15.09

stadio5 14.09 stadio5 14.09

stadio5 14.09 stadio5 14.09

stadio5 14.09 stadio5 14.09

**OBIETTIVO:
PERMETTERE ALLA COMMUNITY
DI INTERAGIRE SUL SITO
UFFICIALE DELLA SQUADRA DEL
CUORE**



Milano, ottobre 2006

Non contate le persone che raggiungete, raggiungete le persone che contano

Garthi Hallberg



A.C. Milan

8) CHAT

La CHAT è un "evento" on line gradito dai tifosi di tutto il mondo

**OBIETTIVO:
CREARE UN CONTATTO DIRETTO
CON I CALCIATORI**



Home > foto > Foto selezionata:

LA CHAT ODIERNA DI CRISTIAN BROCCHI



Milano, ottobre 2006

Non contate le persone che raggiungete, raggiungete le persone che contano

Garth Hallberg



A.C. Milan

9) LA COMMUNITY: IL CUORE DEL CRM



LA COMMUNITY
AL CENTRO DELLE
NOSTRE ATTIVITA'



Milano, ottobre 2006

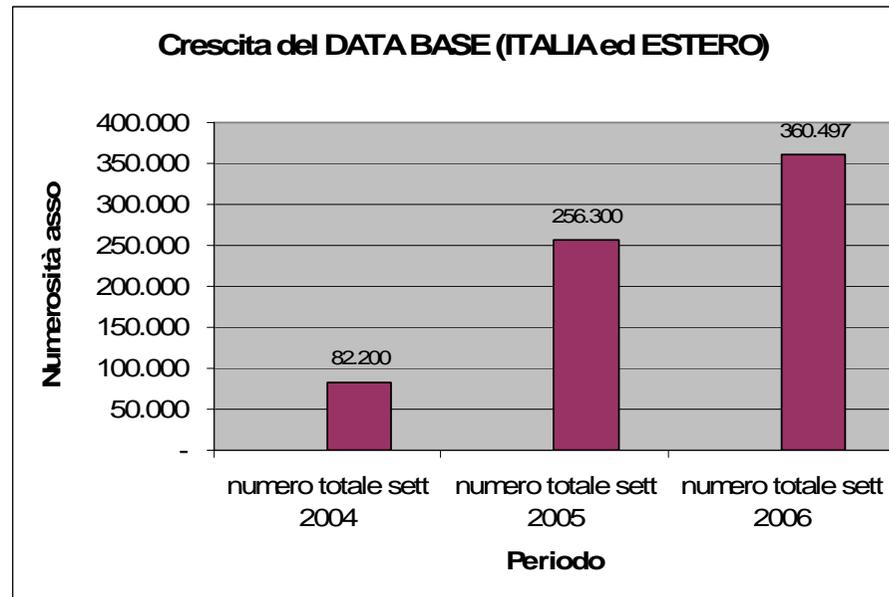
Non contate le persone che raggiungete, raggiungete le persone che contano

Garth Hallberg



A.C. Milan

CRESCITA DATA BASE



	MAGGIO 2005	AGOSTO 2006	VARIAZIONE %
E-mail	143.000	305.000	+ 113 %
Indirizzo fisico	55.000	86.000	+ 56 %
Tel. Fisso	76.000	185.000	+ 153 %
Cellulare	9.000	29.000	+ 222 %



Milano, ottobre 2006

Non contate le persone che raggiungete, raggiungete le persone che contano

Garthi Hallberg



A.C. Milan

CONCLUSIONI

Attraverso le attività di CRM svolte nell'ultimo anno il DATA BASE è stato "pulito" e parallelamente è aumentato il livello di profilazione degli utenti, così come la capacità di contatto con i tifosi/clienti

**OBIETTIVO:
IN 3 ANNI AUMENTARE IL DB ITALIA
A 300 MILA ISCRITTI ATTIVI
CON UN BUON LIVELLO DI PROFILAZIONE**

CRITERI PER CONTATTO ITALIA

E-MAIL	INDIRIZZO FISICO	TEL. FISSO	CELLULARE
147.000	86.000	113.000	27.000

Dato aggiornato ad agosto 2006



Milano, ottobre 2006

Non contate le persone che raggiungete, raggiungete le persone che contano

Garth Hallberg



A.C. Milan