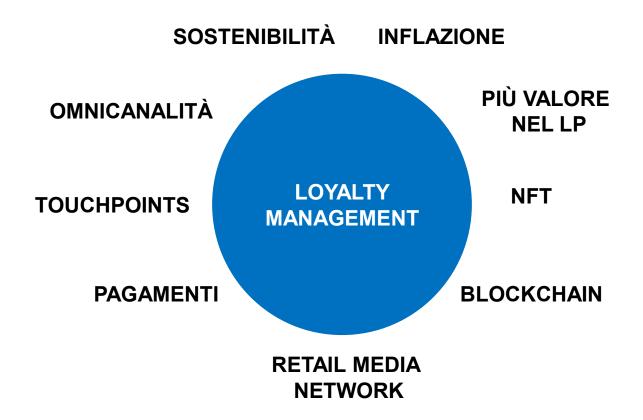


XXII Convegno Annuale Osservatorio Fedeltà

I nuovi confini della loyalty

Cristina Ziliani





Il valore del cliente omnicanale



I clienti che fanno acquisti anche dalla app spendono da 2 a 4 volte di più rispetto quelli che acquistano solo in store



I clienti omnicanale sono cresciuti del 34% spendono **3 volte di più** rispetto a quelli solo negozio



I clienti che acquistano sia online sia nel negozio spendono in media **3 volte di più** rispetto ai clienti che acquistano solo in negozio



I clienti che usano la app invece o in aggiunta al sito web fanno **2,5 volte più** prenotazioni per cliente; margine lordo per clienti e prenotazioni ripetute rispetto a quelli che usano solo il sito.



I clienti che aggiungono un canale digitale hanno un retention rate del 98%

L'efficacia dei servizi omnichannel

Digital styling

I clienti che utilizzano il servizio di digital styling spendono **5 volte** il cliente medio Nordstrom



Virtual try on

I clienti che usano lo Skin Advisor attraverso la app di Superdrug hanno avuto un aumento dell'order value del +20% e conversion rate del +100%



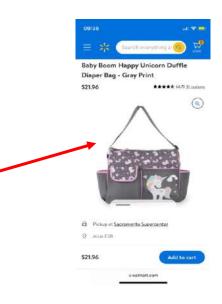
Click and collect

Il **40**% dei clienti di Watson che ordinano online e ritirano in negozio acquistano almeno un altro prodotto al momento del ritiro









Il **25**% dei clienti di Walmart che fa acquisti in negozio è andata sul sito del retailer poco prima di entrare nel negozio

L'assistente vocale del drive thru di Panera

- Speed of service +20%
- Order accuracy 100%
- Drink sales +150%

This food tech startup is helping brands like Panera Bread and Popeyes boost drive-thru sales with a voice bot named Tori

■ NANCY LUNA | SEP 6, 2022, 21:48 IST







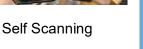
Hi, I'm Tori. Here to quickly get your order right.

Pagamenti "frictionless"



Self Checkout









Tecnologia più avanzata

Fonti: Pymnts, Edge by Ascential Retail Insight, eMarketer, RIS





- da 7.5 trillion \$ del 2022 a 12 trillion nel 2026
- sempre più accettati per gli acquisti online
- 109 milioni di consumatori in 11 paesi in un mese hanno pagato l'ultimo acquisto instore con un wallet
- hanno sempre più spesso un proprio programma loyalty



Fonte: Fortunebusinessinsight 2022



- Da 15 billion \$ nel 2021 a 90 billion \$ nel 2029, con un CAGR del 21.7%
- Hanno introdotto loyalty programs
- Il Rewards Club di Klarna accredita i punti quando il pagamento è fatto con puntualità
- I punti si possono spendere con numerosi partner come Amazon, H&M, Walmart e Starbucks
- I membri hanno offerte esclusive, contenuti e esperienze
- Ha un wallet per le versioni digitali delle carte dei retailer fisici



Fonte: Fortunebusinessinsight 2022









Gli Italiani e le cryptovalute

L' 80% delle famiglie dichiara di aver sentito parlare di cryptovalute

Il 13% è interessato a capire meglio come utilizzarle

Il 7% delle famiglie dichiara che gradirebbe premi per gli acquisti svolti in cryptovalute nell'ambito di un programma fedeltà



^{* %} di clienti che hanno dichiarato un grado di accordo pari a 6 o 7 con una batteria di affermazioni su scala da 1 a 7

Ethereum Merge: what it means for the crypto-currency industry

Sep 14, 2022





- Budweiser
- Luis Vuitton
- Mariott
- Taco Bell
- Clinique
- NFL football league
- Burger King
- Sony
- AMC
- Burberry









L'ascesa dei retailer media network



Fonte: nostre elaborazioni su dunnhumby 2022

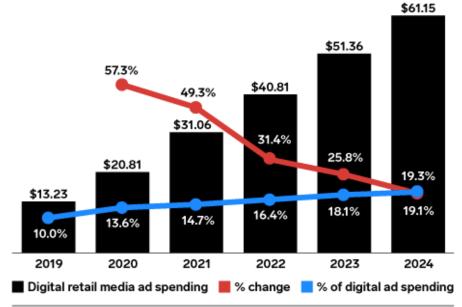


In USA la spesa in retail media advertising è 40.8 billion \$

- ovvero già il doppio della spesa per pubblicità TV
- e il 17% della spesa complessiva per digital advertising

US Digital Retail Media Ad Spending, 2019-2024

billions, % change, and % of digital ad spending



Note: digital advertising that appears on websites or apps that are primarily engaged in retail ecommerce or is bought through a retailer's media network or demand-side platform (DSP); examples of websites or apps primarily engaged in retail ecommerce include Amazon, Walmart, and eBay; examples of retail media networks include Amazon's DSP and Etsy's Offsite Ads; includes ads purchased through retail media networks that may not appear on ecommerce sites or apps

Source: eMarketer, March 2022



Amazon revenue: Ecommerce sales drop 4% in Q2

Paul Conley Jul 28, 2022

- Ma le advertising revenues sono cresciute del 14% (8,76 billion \$)
- Oggi rappresentano il 68% dei profitti di Amazon











E19 01 (E9 70 Av)



Come i loyalty program supportano l'azienda nel contrasto all'inflazione e proteggono il valore per il cliente

Promozioni mirate sui sensibili al prezzo

Carta-prestito senza interessi per famiglie in difficoltà

Ristorno degli aumenti di prezzo sotto forma di voucher per i membri

Riduzione % dei prezzi della marca commerciale, riservate ai membri

Introduzione di livelli meno costosi di subscription

Concentrazione delle offerte sui membri del programma

Aumento del valore offerto dalle subscription

Sconto sul prezzo dell'energia, riservato ai membri

Ristorno degli aumenti di prezzo sotto forma di voucher per i membri

Introduzione di livelli meno costosi di subscription

Aumento del valore offerto dalle subscription

Prezzi più bassi se ordini dalla app di loyalty

Riduzione % dei prezzi della marca commerciale, riservate ai membri

Concentrazione delle offerte sui membri del programma

Sconto sul prezzo dell'energia,

Il faut savoir garder les prix sur terre.

E.Leclerc lance le bouclier anti-inflation.

Cinflation s'installé et menace setre pouvoir d'achir au quotidien.

Nota installe des en auses pru le des est approchaits et este de dans des les
Listes etc. per entre de la resident de augmentation de sette de dans de la
les de la commentation de la commentation de la commentation de la
les de la commentation de la commentation de virte prises d'action du
les dans de la commentation de la commentation de virte prises d'action de
les des la commentation de la commentation de virte prises de la
les de la commentation de la la legislation de la les de la
les de la commentation de la laction de la
les de la commentation de la laction de la
les de la commentation de la
les des la commentation de la
les de la commentation de la
les de la





Ristorno degli aumenti di prezzo sotto forma di voucher per i membri

Introduzione di livelli meno costosi di subscription

Aumento del valore offerto dalle subscription

Prezzi più bassi se ordini dalla app di loyalty

Riduzione % dei prezzi della marca commerciale, riservate ai membri

Concentrazione delle offerte sui membri del programma

Sconto sul prezzo dell'energia, riservato ai membri



- Kroger ha introdotto Boost, un abbonamento alla consegna a domicilio e programma loyalty:
 - Doppi punti benzina per ogni \$ speso e consegna gratis di ogni ordine superiore ai 35\$
 - Per 59\$ anno consegna gratuita in 24 ore
 - Per 99\$ anno consegna gratuita in 2 ore
 - "Regalo di benvenuto" contenente offerte di varie marche per un valore superiore ai 100\$





Ristorno degli aumenti di prezzo sotto forma di voucher per i membri

Introduzione di livelli meno costosi di subscription

Aumento del valore offerto dalle subscription

Prezzi più bassi se ordini dalla app di loyalty

Riduzione % dei prezzi della marca commerciale, riservate ai membri

Concentrazione delle offerte sui membri del programma

Sconto sul prezzo dell'energia, riservato ai membri

Coop Sweden Offers Lower Electricity Prices For Members

August 31, 2022 1:58 PM



Ristorno degli aumenti di prezzo sotto forma di voucher per i membri

Introduzione di livelli meno costosi di subscription

Aumento del valore offerto dalle subscription

Prezzi più bassi se ordini dalla app di loyalty

Riduzione % dei prezzi della marca commerciale, riservate ai membri

Concentrazione delle offerte sui membri del programma

Carta-prestito senza interessi per famiglie in difficoltà

Iceland launches interest-free loans amid cost-of-living crisis

By Georgia Wright - August 16, 2022



La Natura è il mio unico azionista

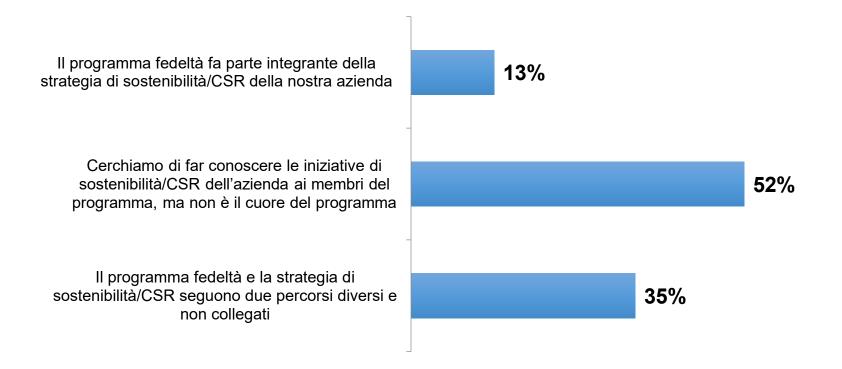








Nella vostra azienda, che rapporto c'è tra l'orientamento alla Sostenibilità e il programma fedeltà?



30%

Le aziende che orienteranno l'intero programma ai temi della Sostenibilità ambientale e/o sociale

47%

Le aziende che introdurranno vantaggi e/o offerte per i membri del programma legate ai "valori", ad esempio sostenibilità ambientale e/o sociale

60 casi 16 settori 12 paesi

Makeup Eraser Air Canada Fiat Mango Four State Alibaba Marks&Spencer General Mills Amazonsmile **McDonalds** Girlfriend collective Beer Hawk Nature et Decouverte Good Vibes Best Western Plae H&M Binee Points for Good IHG hotels Body Shop Quantas lkea Boots REI Jet Blue Brewdog REM **JohnLewis** Cogo SAM's club Coop Denmark Jules Sephora US Kiabi Coop Uk Tentree Costa Coffee Kiel's The Body Shop Kroger Credo Beauty The Gap L'Occitane Cuyana The North Face Decathlon Leroy Merlin Vans Lufthansa EB Games Veja Lush Epic impact

Maakola

Madewell

Etihad

Yves Rocher

Zooplus



Guadagni punti o sconti se:

- Viaggi con meno bagaglio (Etihad)
- Rinunci a farti rifare la stanza (IHG hotels)
- Fai riparare le scarpe (Veja)
- Chiedi il bicchiere di carta riciclata, invece che di plastica (Costa coffee)
- Comperi l'usato (Decathlon)
- · Scegli la consegna in negozio invece che a domicilio
- Porti in negozio i vecchi videogiochi, di ogni marca, ottieni credito per acquistarne di nuovi (EB Games), e vengono rimessi in vendita
- Porti in negozio le bottiglie di plastica vuote (Leroy Merlin) o i contenitori dei cosmetici (Credo Beauty, Boots, John Lewis)
- · Porti in negozio vecchio abbigliamento (Mango, Jules, Madewell)
- Porti in negozio i vecchi mobili IKEA, buoni acquisto dal 30 al 50% del prezzo originale, da usare nelle visite successive
- Rispedisci abbigliamento usato di ogni marca, nel sacco fornito da Cuyana, e hai un credito di 10\$ sul prossimo acquisto e l'azienda dona a HEART, fondazione che aiuta le donne
- · Affitto i vestiti premaman, invece di acquistarli (Kiabi)
- Compensi le emissioni di CO2 del volo, dell'auto o della abitazione (Etihad)
- · Posti sui social con l'#nomorewipes (Make up Eraser) o mentre fai attività sostenibili (Girfriend collective)

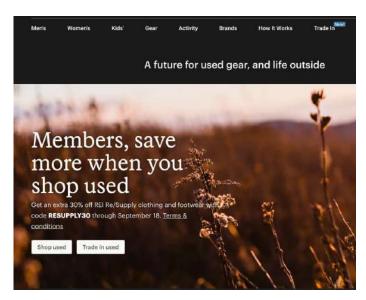


Decathlon



- +10 punti se acquisti un prodotto di seconda mano
- +10 punti se acquisti un prodotto di "ecodesign"
- +100 punti se partecipi ad una attività ecologica

REI



 Solo i membri del programma possono acquistare sportswear usato nello shop online dedicato o scambiarlo con gift card del negozio





L'Occitane

- Punti per il riciclo in negozio di contenitori plastica
- Punti se si fa il test sulla propria impronta ecologica
- Ha un programma per i dipendenti
- che possono donare regolarmente dal proprio stipendio alle charity supportate
- Fanno produrre prodotti solidali e quando il cliente li acquista l'intero valore è donato alle charity
- Nuovo punto vendita sostenibile







Jetblue - AirFrance

KLM - Lufthansa - Etihad

Hanno introdotto programmi che mirano ad aiutare i clienti corporate a compensare le emissioni e raggiungere i propri obiettivi ESG

Le aziende iscritte acquistano benzine aeree sostenibili (SAF) e ottengono crediti che vengono poi usati per compensare le emissioni dei viaggi aziendali

Possono acquistare anche surcharge verdi (1% del prezzo) da aggiungere ai biglietti aerei aziendali, che vengono poi investiti dall'azienda in soluzioni di compensazione come progetti di riforestazione o di comunità

Quando i dipendenti volano e accumulano miglia, queste vengono accreditate anche all'azienda, che può usarle sempre per la compensazione.

JetBlue launches sustainability program for corporate customers

By Donna M. Airoldi, Business Travel News | Jan 09, 2022

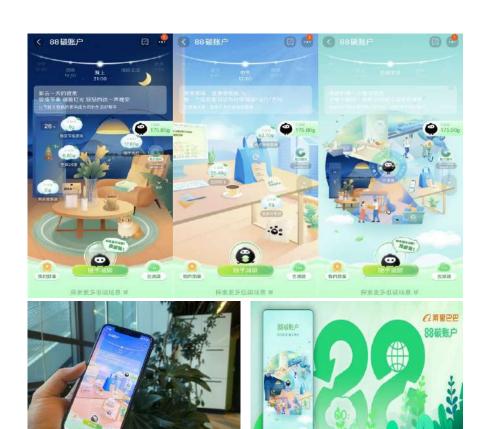






Alibaba

- Ha introdotto un programma che segue il comportamento degli utenti in tutto l'ecosistema di Alibaba e li premia per i comportamenti ecosostenibili
- 70 comportamenti come prendere i mezzi pubblici, acquistare elettrodomestici a basso consumo, riuso e rivendita prodotti usati sui marketplace appositi
- I punti danno diritto a badge e sconti sui siti di ecommerce di Alibaba, e possono essere trasformati in alberi che Alipay pianta nelle zone più aride della Cina



Points for good

- 'Points for Good' è una piattaforma che permette ai programmi fedeltà e individui partecipanti di donare i propri punti a charity e progetti sociali
- Ad oggi sono stati donati oltre 60 milioni di punti, 15 charities, 95 progetti e 150.000 membri da 20 programmi loyalty bancari e 1000 programmi aziendali di employee loyalty
- "To create a community of individuals, charities, brands and organisations who collectively focus on improving quality of life"







Grazie per l'attenzione!

