

 Testata:	Data: 22 gennaio 2021
Frequenza: Online	Pagina: //

<https://www.websim.it/articoli-websim/promotica-programmi-fedelta-fra-i-principali-acchiappa-clienti-per-la-gdo/ece1758d992744a28aeb120c381fb1db.wsml>

PROMOTICA +3,2% Programmi fedeltà fra i principali “acchiappa-clienti” per la GDO



”

Lo sottolinea una ricerca pubblicata sul sito dell'Osservatorio Fedeltà dell'Università di Parma

Promotica [PMTI.MI], agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy, è in rialzo del +3,2% a 1,765 euro.

Un ricerca pubblicata sul sito dell'Osservatorio Fedeltà dell'Università di Parma, sottolinea l'importanza dei programma fedeltà nell'ambito dell'attività promozionale delle GDO.

L'Osservatorio ha pubblicato uno studio che riguarda i principali touchpoint, ovvero i punti di contatto fra i clienti e l'azienda.

La ricerca evidenzia la percentuale di clienti che in tre mesi incontrano i vari touchpoint. Al primo posto c'è il negozio fisico (95%), al secondo il volantino cartaceo (77%), al terzo il cassiere e gli addetti agli scaffali (70%), seguito dal volantino online (64%). Al quinto posto si trovano i programmi fedeltà, con il 59%.

Nella ricerca si legge che, se ai primi posti si trovano i touchpoint tradizionali, come il punto vendita e il volantino, “è importante sottolineare il posto che è stato raggiunto dopo anni di crescita dal programma fedeltà, con il quale interagisce il 59% della clientela”.

Nel dicembre 2020, l'Osservatorio ha partecipato ad una sessione con alcuni manager della GDO, che hanno definito il programma fedeltà “una delle leve strategiche principali del nostro mestiere”.