

CONNECTIONS

people | values | relations



The background is a solid dark blue color. It features several large, overlapping, organic shapes in a lighter shade of blue, resembling cells or bubbles. These shapes are distributed across the frame, with some appearing more prominent than others. The overall effect is a modern, abstract design.

DIEGO TOSCANI

CEO Promotica S.p.A.

ABITARE IL QUOTIDIANO DEL CLIENTE

Bergamo, 13 maggio 2026

CONNECTIONS
people | values | relations

PROMOTICA
PEOPLE DRIVEN COMPANY

Dell'attenzione e della *memoria*

Fidelizzazione come *connessione*



Prevedere il *futuro*



CONNECTIONS
people | values | relations

PROMOTICA
PEOPLE DRIVEN COMPANY

La *matematica* delle connessioni

1

L'effetto sulla *frequenza d'acquisto*

I titolari di **carta fedeltà** attiva
mostrano una **frequenza di
visita superiore** del

20-25%

rispetto
ai non
membri



2

Lo scontrino medio: *Qualità e cross-selling*

Lo scontrino medio di un **cliente fidelizzato** è mediamente **più alto** del

15%

rispetto a quello di un **cliente occasionale**

Lo Ritenzione come *Qualità e cross-selling*

Aumentare il tasso
di ritenzione dei
clienti di appena

il 5%

può portare a un
incremento dei
profitti che varia

**dal 25%
al 95%**

Dalla *transizione* alla *connessione*

A photograph of two women, one with blonde curly hair and one with short grey hair, both smiling and looking at a smartphone held by the woman on the right. The background is a blurred indoor setting. The image is overlaid with a semi-transparent blue and orange graphic on the left side.

Sfruttare i *contenuti* generati dagli utenti (UGC) dei clienti fedeli

Un report di Stackla ha rilevato
che il **79%** delle persone afferma
che gli UGC **influenzano**
notevolmente le proprie
decisioni di acquisto.

Personalizzazione e Valore Percepito

Tre pilastri:

1. I dati come linguaggio,
non come archivio
1. L'esperienza **omnicanale**
2. Il **valore** oltre il carrello

La fidelizzazione viene da *lontano*
ha un brillante *presente*
e un promettente *futuro*



20 IL FEROCO SALADINO



CONNECTIONS

people | values | relations

