

Vanni Chioccoloni



*Direzione Sistemi Informativi Gruppo*



***Moving on promotions***

*22 giugno 2017*



## Company snapshot

**Cooperativa di imprenditori, fondata il 12 aprile 1972;  
associata al Consorzio Nazionale CONAD (BO)**

**Sede legale e centro direzionale a Perugia Ponte Felcino,  
con centri distribuzione in Umbria, Lazio, Campania e  
Calabria**

**Insegne gestite dal Gruppo PAC: Margherita Conad, Conad  
City, Conad Supermercati, Conad Superstore, Conad  
Ipermercato, Todis discount**

**4494** Soci cooperatori **48:46** P. Vendita Risorse occupate

**51; 6** ; P **7/: 9 (** Fatt. Gruppo 2016



## *Le promozioni nel retail*





*The winner is...*

*...chi riesce ad offrire il prezzo più basso...!!??*



100% FREE



# Evolución verso soluciones o 'invenzioni'...

*...mirate ad intercettare i clienti sui loro bisogni reali*



# *Tecnologia per trasformare le idee...*

*...in azioni efficaci ai fini del business e del servizio ai clienti*





## Le condizioni abilitanti del processo promozionale

***Un solido e continuo programma loyalty***

***Conoscenza del cliente, delle sue abitudini e dei suoi desiderata..., per proporre ed intervenire in maniera mirata***

***Efficienti strumenti di analisi delle performace***

***Creazione di modelli efficienti di Revenue Growth Management***

# *Gli obiettivi di un sistema promozionale*

*I clienti*

***satisfaction***

***experience***

*ROI*

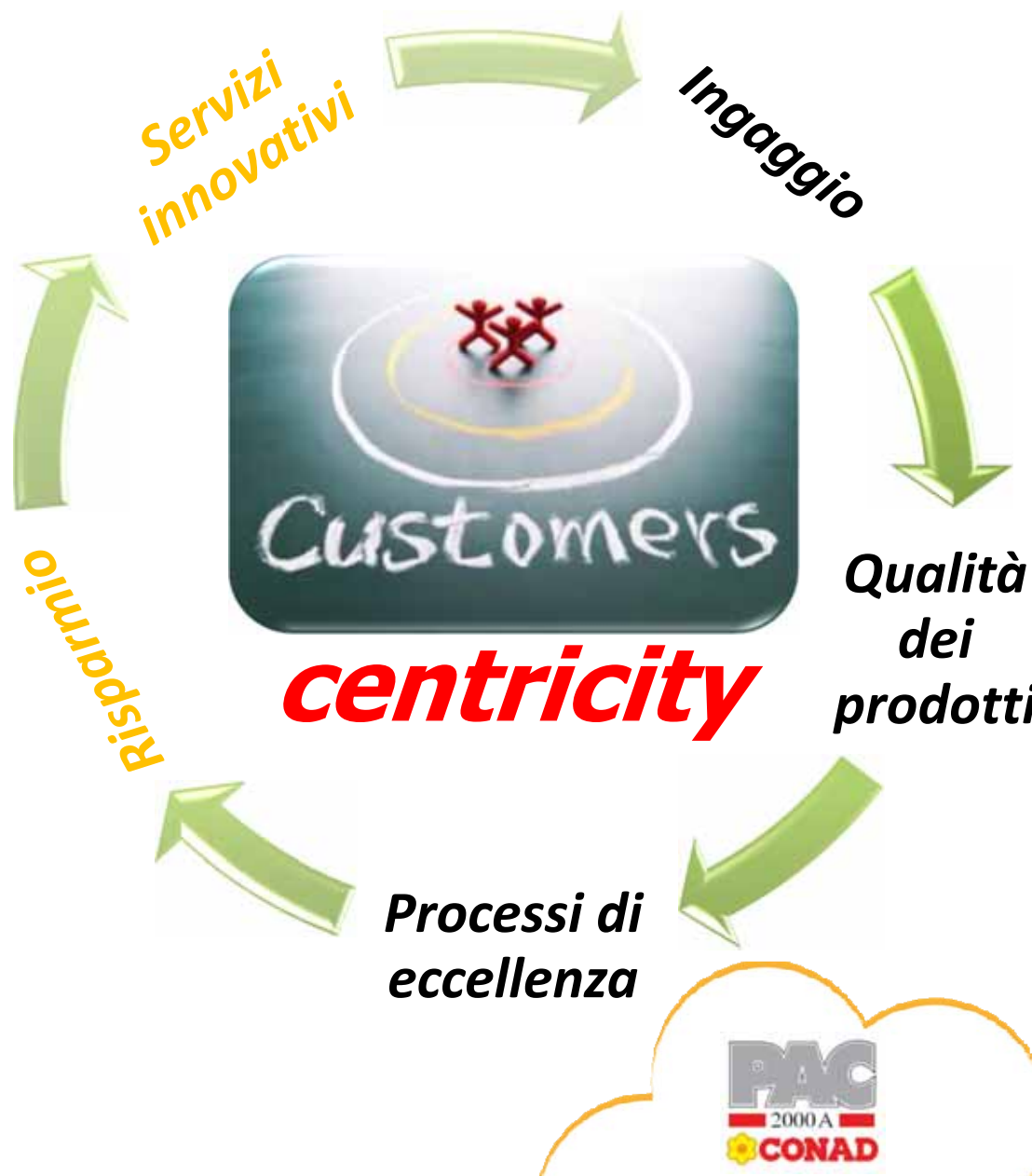
***di punto  
vendita***

***di centrale  
distributiva***

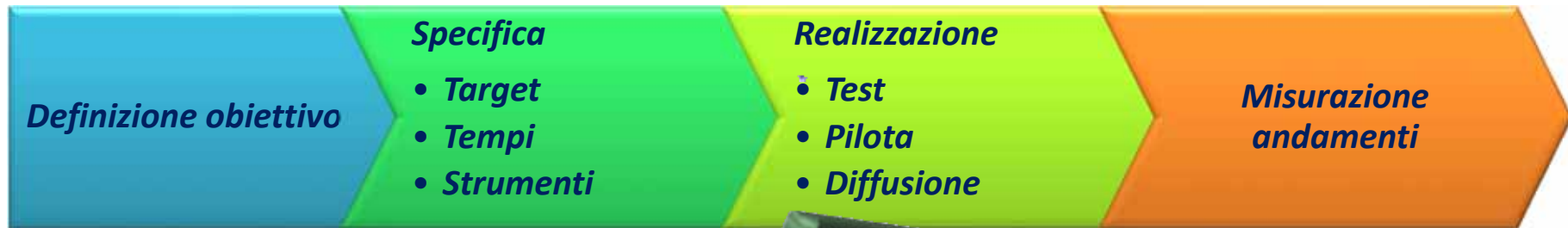


## Focus sui CLIENTI

**Servizi  
innovativi**  
**per abilitare  
un contatto  
continuo  
con i clienti**



# Il processo promozionale verso i clienti



**Promo Engine**



# Utilizzo del promo engine

## Promozioni condizionate

DAL 7 AL 18 SETTEMBRE 2016

**IN ESCLUSIVA**  
**SOLO PER CHI PAGA**  
**CON CONAD CARD**



The advertisement features a white background with a red oval highlighting the promotional text. Below the text, there are images of coffee products: a box of 'Caffè Lavazza Più' and a box of 'Caffè Lavazza Qualità Oro'. A blue banner at the bottom indicates a maximum purchase quantity of 10 pieces.

CAFFÈ LAVAZZA

**4,99**  
€1,99/kg

MASSIMO ACQUISTABILE 10 PEZZI

CONAD CARD

Qualità Oro

ALTEZZA 1900 ARABICA

**Premiare i nostri migliori clienti  
loyalty**

## Promozioni contingentate



The advertisement features a blue background with the 'Fernetto' logo in a stylized font. A yellow tag indicates a 1€ discount. A large red circle highlights the promotional text, which is also circled in red in the original image. Below the text, there are images of Fernetto gelato cones and a box of 'Fernetto Algida'. A blue banner at the bottom indicates a maximum purchase quantity of 3 pieces.

**Fernetto**

BUONO SCONTO  
**1€**  
SCOPRI E RITAGLIA  
SUL RETRO\*

**12**

SOLO TITOLARI  
consumo familiare  
**MAX 3 PEZZI**

CONAD CARD

Qualità Oro

ALGIDA  
12 pezzi, 900 g

al kg € 4,43

2000A  
**CONAD**

**Indirizzare l'investimento  
aziendale sul cliente vero e fedele**



# Utilizzo del promo engine

## Misurati e Risparmia

**Sconti di peso,  
per ogni taglia di spesa.**



**Auto-segmentare la clientela,  
spingendo verso l'alto la spesa  
media in un periodo determinato**

**25%** **40%** **60%**  
SCONTI FINO AL SCONTI FINO AL SCONTI FINO AL

Ogni mese, accumula i punti con **Carta Insieme** o **Conad Card**,  
potrai garantirti promozioni esclusive in base alla tua **TAGLIA** di spesa.

**NON TI CHIEDIAMO DI SPENDERE DI PIÙ MA DI FARLO DA NOI**

## Più prendi Meno spendi

**IPER**

**PIÙ > PRENDI  
MENO > SPENDI**

**Premiare l'aumento della spesa sul  
singolo scontrino**

PASTA DI SEMOLA VOIELLO  
vari formati, 500 g

**0,69** al kg € 1,38  
AL PEZZO

**SE ACQUISTI 6 PEZZI  
(IN UN UNICO SCONTRINO)**

cad **0,49** al kg € 0,98  
MAX 3 SPESE  
NEL PERIODO PROMOZIONALE

SOLO TITOLARI  
consumo familiare

CONAD  
Carta Insieme  
CONAD CARD  
sieme Più

# Utilizzo del promo engine

## Coupon a valore fisso

DAL 7 APRILE AL 3 MAGGIO

AL CONAD SEMPRE PIÙ

# BUONI

PRENDI E RADDOPPIA

**PRENDI 4€ BUONO SCONTO**  
Spendibile la settimana successiva all'acquisto a fronte di una spesa di 30,00 euro

**RADDOPPIA 8€ BUONO SCONTO**  
Spendibile la settimana successiva all'acquisto a fronte di una spesa di 30,00 euro

CONAD

*Attrazione ed incentivo ai clienti per aumentare la loro spesa media nel PdV, in un tempo determinato e ricorrente*

## Coupon a valore variabile

L'ISTRUZIONE, COME LA SPESA, È UN BENE QUOTIDIANO.

ACQUISTA I LIBRI DI TESTO: SE POSSIEDI

TI RESTITUIAMO IL **25%** DEL COSTO IN BUONI.

CONAD

*Attrazione di nuova clientela, mediante l'introduzione di nuovi servizi*



# Utilizzo del promo engine

## Coupon per cross selling

**CONAD**  
**SUPERSTORE**

**DAL 20 AL 26 FEBBRAIO** **BUONI al PetStore**

PRESSO IL **CONAD SUPERSTORE** DI **VIA DONATORI DI ORGANI - TERNI**  
FAI LA SPESA, PASSA LA TUA **CARTA FIDELITY** E RICEVERAI SUBITO UN

**BUONO SCONTO € 5,00**  
UTILIZZABILE PRESSO IL PETSTORE  
DAL 27 FEBBRAIO AL 12 MARZO\*  
OGNI 20,00 DI SPESA

\*BUONI CUMULABILI CON ALTRE INIZIATIVE PETSTORE, NEL RISPETTO DELLE SOGLIE PREVISTE DAL REGOLAMENTO INDICATE NEL BUONO INIZIATIVA VALIDA SOLO PER I POSSESSORI DI

*Incentivare l'ingresso di nuovi clienti in un PdV, reparto o corner..., che sono già clienti di altri punti vendita Conad*

## Coupon informativo

Conad City  
Via del fiume, 32

Gentile Cliente  
0217001002173

Partecipa alla Campagna Dimmi DI TE

Aggiorna i tuoi dati

Piu' ti conosciamo

Piu' comprendiamo

Cio' che e' meglio per TE

Ti aspettiamo al Box Informazioni

*Incentivare l'aggiornamento dei dati delle tessere per acquisire nuove informazioni*





# Il promo engine per Communication & Engagement

\*\* CONAD SUPERSTORE \*\*  
--- Gespac Srl ---  
Via A. e N. Matteucci  
S.Maria degli Angeli, Assisi PG  
P.I. = 02518490541

	EURO
CARTA INSIEME 0207966011075	
REP. GENERI VARI	1,00
SUBTOTALE	1,00
REP. GENERI VARI	-1,00
SUBTOTALE	0,00
<b>TOTALE EURO</b>	<b>0,00</b>
Contanti	0,00

NUMERO DI ARTICOLI :0  
#: 0207966011075  
LUCIANA

DETTAGLIO PUNTI CARTA

miPremio 2017

PUNTI PRECEDENTI	842
TOT. PUNTI	842

\*\*\*\*\*  
\* MESSAGGIO INFORMATIVO \*  
\*\*\*\*\*

Gentile cliente  
LUCIANA A.  
Il suo premio  
TELO BAGNO SPUGNA MASTRO RAPHA--L  
prenotato il 02/05/2017 e'  
disponibile! Si rivolga al Box  
Informazioni per ritirarlo.



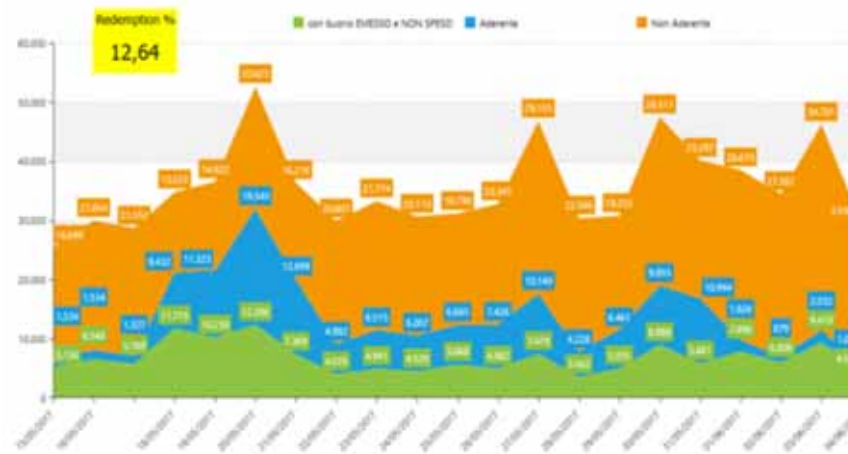
# Focus sul ROI

## Analisi della sostenibilità delle iniziative promozionali di test

	Spesa in Promozionale	%	Redenti	Totali	Clienti	%	Redemption Rate	Spesa Media
con Spesa DEDD e NON SPED	142.222	19	23.987	14.571	34		58	
Aderenti	134.413	18	2.894	7.287	174	52,12	42,9	
Non Aderenti	8.809	1,2		23.279	58		18,3	
TOTALE	141.231	19,1	24.881	14.544	61,24	58,1	32,94	71,2

N° clienti ADERENTI  
**7%**

Peso sul fatturato dei clienti ADERENTI  
**18%**



Spesa Media periodo Redenzione

- € 9,8
- € 43,7
- € 18,2

Redemption clienti UTILIZZATORI  
**52%**

COUPON	EMESSI	REDENTI	Red. %
TOTALI	78.825	4011	5,1%
SU CLIENTI CON SPESA NEL REPARTO	43.284	3854	12,64%

SPESA MEDIA PER TESSERA ADERENTI

TIPO CLIENTE	PERIODO PROMO	MEDIA PER CLIENTI	%
NUOVI CLIENTI	30,88 €	26,13 €	1296 42%
CLIENTE	34,38 €	26,13 €	1821 57%
PERSO	22,52 €	50	2%
Totale complessivo	32,91 €	26,05 €	1187

1296 NUOVI CLIENTI  
**41% ADERENTI**

## Ristorno sul venduto ai PdV per iniziative particolari

## Analisi andamento promo e redemption dei clienti (PdV e Centrale)

$$ROI \text{ VENDITE} = \frac{\text{Vendite differenziali derivate}}{\text{investimento}} = \frac{€.101K}{€.19,7} = €.5,12$$

$$ROI = \frac{\text{Utile derivato}}{\text{investimento}} \times 100 = \frac{€.30K}{€.19,7} \times 100 = 153\%$$

Per ogni € investito sul cliente abbiamo generato 5,12 € di vendite

Per ogni € investito sul cliente abbiamo avuto un reddito di 1,53€



## *Guardando a domani...*



**Dobbiamo diventare  
sempre più efficaci nel  
rispondere alle  
aspettative dei nostri  
clienti**

### **Clienti**

- **Non tutti i clienti sono uguali**
- **Cliente nativo digitale**

### **Luoghi e modalità di contatto ed acquisto**

- **Engagement... oltre il volantino**
- **Negoziò digitale (B2C)**





# Guardando a domani...

## Innovazione trasversale

Analizzare il cliente

Innovare processi ed organizzazione aziendale

Orientarsi verso il modello omnichannel





# Il processo promozionale: contatto con il consumatore

Gaetano Scollato

Bologna, 22 giugno 2017

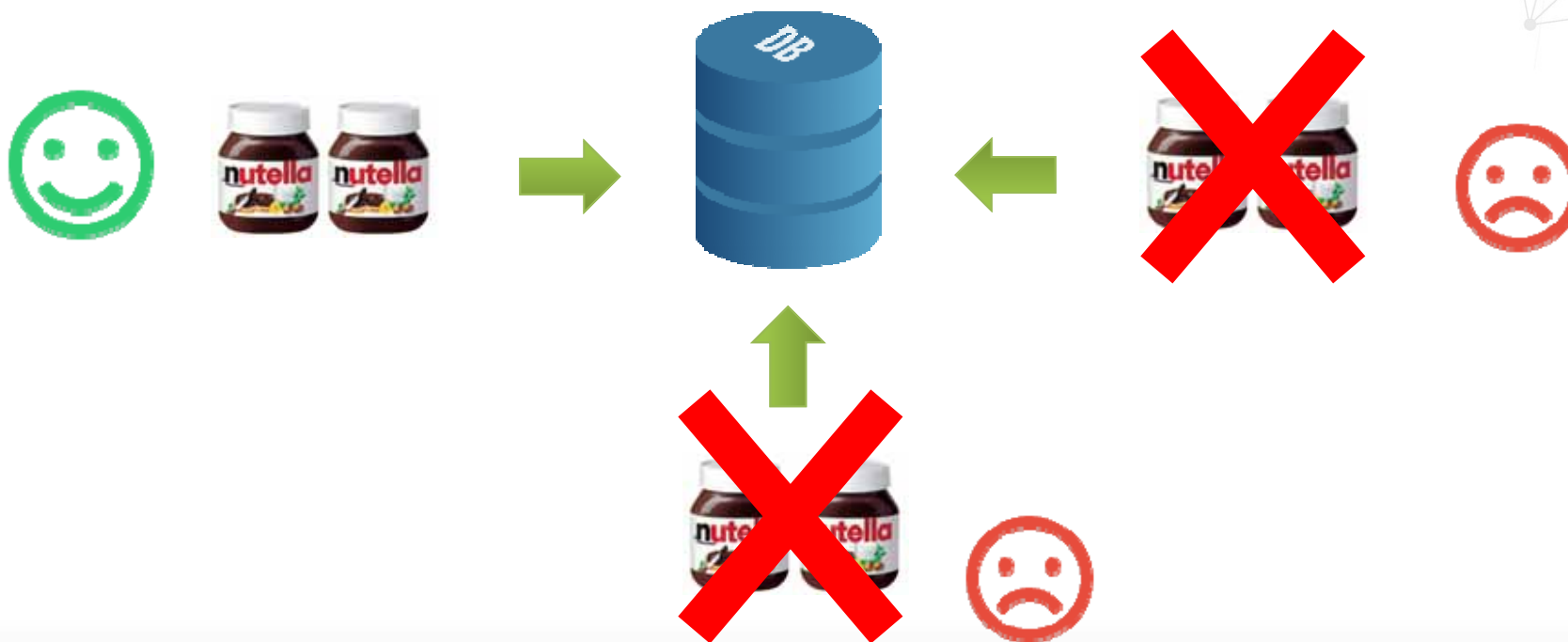
CARO CONSUMATORE: TI FACCIAMO  
UN BELLISSIMO SCONTO SU QUESTO  
ARTICOLO, MA AL MASSIMO PUOI  
PRENDERNE 3 PEZZI E DOPO...













## Numero promozioni contingentate



- Incidenza dei “furbi”: si è passati dal **30-40%** al **2%**
- Numero referenze in promo circa **7.500**



*Ma 'ndo  
vai se... il consumatore  
non lo sai*

## Obiettivo:

- ogni tessera deve essere riconducibile ad uno specifico consumatore
- i dati del consumatore devono essere "controllati"
- ogni consumatore deve essere unico all'interno del sistema

Ma non sempre è così....





## *Cleaning*

Analisi dati  
"anomali"

Disattivazione  
d'ufficio

## *Quality*

Nuova Raccolta dati

Ufficio preposto  
richieste anomale

Cognome \* ROSSI

Nome \* MARIA

Sesso \*  UOMO  DONNA

Data Nascita \* 01 GENNAIO \* 1970

Prov. Nascita \* MILANO

Comune Nascita \* MILANO

Codice Fiscale \* RSSMRA70A41F205Z Calcola



Nazione *	ITALIA
Prov. Residenza *	BOLOGNA
Com. Residenza *	BOLOGNA
Indirizzo *	VIA DELLA
N. Civico *	VIA DELLA ZECCA (BOLOGNA)
CAP *	VIA DELLA BRAINA (BOLOGNA)
Email	VIA DELLA FONTANINA (BOLOGNA)
	VIA DELLA LIBERTÀ (BOLOGNA)
	VIA DELLA GRADA (BOLOGNA)



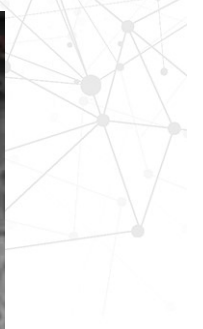
Google Maps



## Numeri cleaning consumatori



- Tessere totali circa **2 milioni**
- Tessere disattivate **400.000**
- Tessere “pulite” circa **900.000**



## Obiettivo:

- Beneficio erogato solo ad uno specifico consumatore
- L'utilizzo del beneficio deve essere fatto dallo stesso consumatore per cui il beneficio è stato erogato
- Il beneficio non deve essere necessariamente un pezzo di carta
- E non deve essere necessariamente una promo



# couponing



DIGITAL  
COUPONING  
MANAGER

1 Gestisce  
l'intero  
ciclo di  
vita del  
coupon



2 Gestisce  
le  
comunica  
zioni con  
il front-  
end



3 Gestisce i  
coupon di  
pura  
comunica  
zione



## Numeri couponing

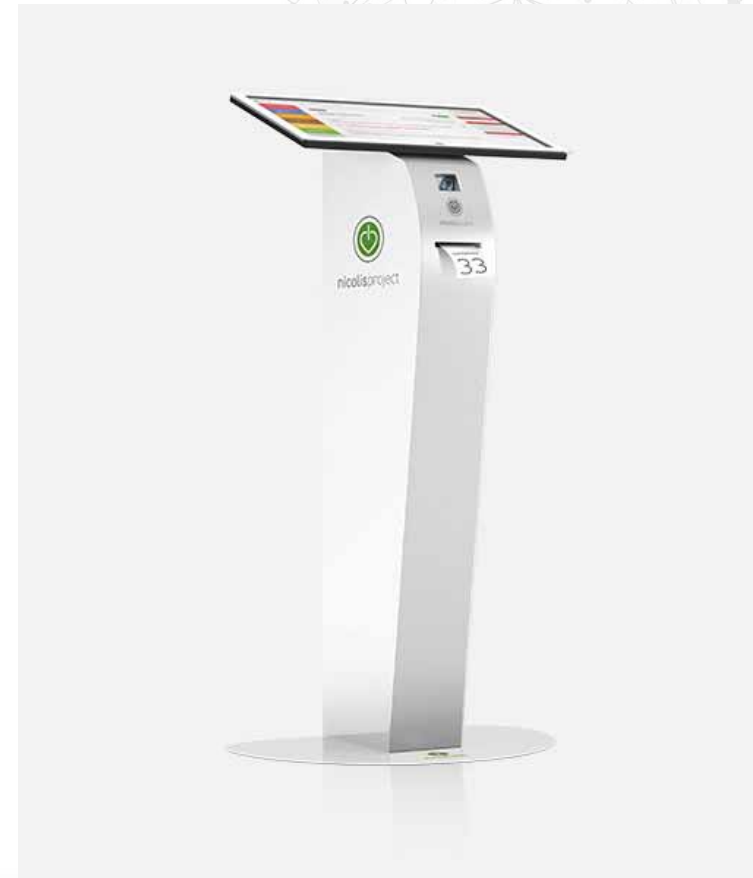


- Tipologie di promo coupon gestiti circa **200**
- Coupon emessi circa **6 milioni**



## Obiettivo:

- Dare al consumatore la possibilità di agire in autonomia
- Alleggerire l'operatività degli utenti al box



Web Site navigabile da cui è possibile:

- Prenotare in autonomia i premi dei collezionamenti
- Stampare i propri coupon in caso di smarrimento
- Visualizzare le proprie promo
- Gestire ciclo di vita della propria tessera
- Consultare movimenti
- ...









*To be continued...*