

COMUNICATO STAMPA

30 ottobre: XV Convegno dell'Osservatorio Fedeltà *L'evento organizzato dall'Osservatorio del Dipartimento di Economia titola "15 anni di loyalty marketing: cosa ci riserva il futuro"*

Venerdì 30 ottobre (ore 10), all'**Auditorium Polifunzionale del Campus** si terrà il **convegno dell'Osservatorio Fedeltà del Dipartimento di Economia dell'Università di Parma**. **L'evento che celebra 15 anni di attività, dedica la nuova edizione alle sfide del Futuro del Loyalty Marketing.**

Il Convegno, realizzato grazie al sostegno di Brand Loyalty, Catalina, Comarch, Dunnhumby, PAYBACK, Klikkapromo-Pazzi per le offerte, Promotion Magazine e Valassis, ripercorrerà come sono cambiate in quindici anni le strategie di fidelizzazione della clientela, gli strumenti e gli analytics, traendo lezioni dai successi e dagli insuccessi del passato, grazie alle testimonianze dei "pionieri" che hanno fatto la storia della fidelizzazione in Italia, tra i quali Mulino Bianco, Carrefour e SMA.

Due sono le ricerche dell'Osservatorio Fedeltà che verranno presentate: la "mappa degli italiani" per quanto riguarda la soddisfazione per i programmi loyalty e l'utilizzo dei loro strumenti, e "la mappa delle imprese italiane" per quanto riguarda il grado di sviluppo delle attività di Customer Relationship Management (CRM).

Un italiano su tre modificherebbe le proprie abitudini di acquisto se il suo supermercato abituale chiudesse il programma fedeltà: percentuale che sale a due su tre per quel segmento di consumatori "smart loyal" - 2,5 milioni di italiani - che non si limitano a raccogliere i punti e sfruttare gli sconti riservati, ma risultano più ingaggiati con il programma loyalty, utilizzandone coupon, servizi riservati, comunicazioni ai membri. Gli smart loyal sono anche nettamente più attivi sul web, fanno più acquisti online soprattutto su Amazon, dove il 51% è registrato ad Amazon Prime.

I risultati delle ricerche dell'Osservatorio ci aiuteranno a rispondere agli interrogativi che brand e retailer si pongono oggi sulla fedeltà del cliente, in uno scenario che sta subendo una vera Rivoluzione, trainata dal "mobile", tema al quale è dedicata la tavola rotonda del pomeriggio con i protagonisti innovativi del settore.

Il Convegno dell'Osservatorio Fedeltà, coordinato dalla Prof.ssa Cristina Ziliani, in 15 anni ha registrato: 2500 partecipanti da 850 aziende diverse del largo consumo, distribuzione e servizi, 110 relatori, 43 pubblicazioni scientifiche frutto delle ricerche dell'Osservatorio, 4 libri, 18 aziende sponsor, 325 studenti coinvolti nell'organizzazione dell'evento, 85 laureati sui temi della fidelizzazione della clientela. L'evento sarà anche l'occasione per premiare cinque laureati/e eccellenti dell'Osservatorio che si sono distinti con importanti carriere che hanno preso avvio proprio dal loyalty management.

Il programma completo della giornata è disponibile sul sito www.osservatoriofedelta.it

brandloyalty **CATALINA** **COMARCH** **dunnhumby**
Redefining Relationships

