

# CHE RELAZIONE HAI CON IL TUO BRAND?



In una relazione



E' finita, ma lui ancora non lo sa



Partner per la vita



Ci lasciamo, torniamo insieme, ci lasciamo, torniamo insieme...



Ci siamo appena lasciati



È complicato

## The changing dynamics of customer loyalty



**87%**

I consumatori italiani che hanno "abbandonato" i programmi di fedeltà

Si aspetta dai brand un trattamento molto diverso che in passato

**24%**



**€€€€€**

Milioni di punti fedeltà giacciono abbandonati

Spende di più per I brand a cui è più affezionato

**46%**



## I NUOVI LINGUAGGI DELLA FEDELTA'

### 1. 'SEGNI DI AFFETTO'



**61%**

dei consumatori italiani è fedele ai brand che gli riservano piccoli segnali di affetto, come sconti personalizzati, carte regalo o offerte speciali

### 2. 'IMPARA A CONOSCERMI'

è fedele ai brand che gli permettono di personalizzare il prodotto creandone uno su misura

**52%**



**71%**

si sente fedele ai brand che ci sono quando servono ma rispettano la privacy e il tempo libero

### 3. 'IN CERCA DI EMOZIONI'



**43%**

è fedele ai brand che li coinvolge attivamente nella progettazione o co-creazione di prodotti o servizi

è fedele ad aziende che offrono esperienze "multisensoriali", utilizzando nuove tecnologie come realtà virtuale o aumentata.

**38%**



### 4. 'SE PIACE A TE PIACE ANCHE A ME'



**23%**

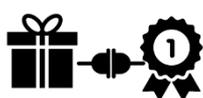
è fedele a brand che coinvolgono social influencers, bloggers e vloggers

è fedele a brand che supportano attivamente cause condivise, come organizzazioni benefiche o campagne pubbliche.

**42%**



### 5. CONNETTIMI'



**41%**

è fedele a brand che lo mette in contatto con altri fornitori, offrendo la possibilità di scambiare punti o premi fedeltà