

L'era del digitale trasforma l'e-Couponing

L' aumento della pressione promozionale per attrarre nuovi clienti in un contesto di difficoltà economica sta trovando una risposta efficace nell'eCouponing, la distribuzione digitale di buoni sconto stampabili da utilizzare sul punto vendita.

Abbattimento dei costi di distribuzione, integrazione diretta nelle iniziative digitali di marche e insegne, feedback in tempo reale sull'andamento della campagna, sono solo alcuni dei vantaggi che l'avvento della tecnologia digitale nel mondo del couponing ha offerto alle aziende. Consumatori, produttori e distribuzione, inoltre, godranno a breve di ulteriori benefici frutto di innovazioni già in atto che coinvolgeranno sia il couponing 'digitale' che quello cartaceo più tradizionale.

Un mercato guidato dall'innovazione

Kiwari BuonMercato, principale player italiano nella fornitura di piattaforme di eCouponing, è tra gli attori che hanno maggiormente contribuito alla trasformazione digitale dei coupon.

"Il futuro prossimo dei coupon" spiega Marco Rivosecchi, Presidente di Kiwari BuonMercato "sta nella loro progressiva dematerializzazione e nella piena digitalizzazione dei flussi: dalla distribuzione 'intelligente' tramite siti Web, App, DEM, Totem e altri punti di contatto con i consumatori finali, alla redemption e al clearing con bruciatura diretta sui punti cassa in tutta Italia, fino alla gestione dei rimborsi in tempi brevi alla

distribuzione. Solo chi ha un solido radicamento nel mondo digitale e nel CRM è in grado di aiutare marca e insegne in questa nuova evoluzione del couponing (sia cartaceo che digitale)".

Il clearing dei coupon (recupero, conteggio e rimborso dei buoni presentati alla distribuzione) è attualmente la parte più arretrata del processo: è un'attività quasi esclusivamente manuale e che comporta alti costi e tempi di gestione (6-10 mesi dalla chiusura della campagna per i risultati definitivi) incompatibili con la velocità del digitale.

"Integrare il clearing dei buoni con i sistemi cassa è un problema indubbiamente complesso ma assolutamente prioritario per permettere al sistema couponing di esprimere il suo pieno potenziale" dice Rivosecchi. "Stiamo esplorando strade molto promettenti, in partnership con importanti attori internazionali, che potrebbero portare nel breve all'allargamento dell'offerta in Italia anche sul fronte del clearing dei coupon, cosa peraltro fortemente auspicata dal mercato".

La misura del successo tra i consumatori

I risultati danno ragione alla svolta digitale in atto e la risposta da parte dei consumatori è entusiastica e in continua espansione: il 20% dei navigatori italiani ha utilizzato i Coupon 'digitali' almeno una volta negli ultimi 12 mesi, tanto che nel 2014 le stampe sono più che raddoppiate. Questi dati e altri approfondimenti sono disponibili su www.buonmercato.com.



Kiwari BuonMercato
Via Maurizio Quadrio, 20 – 20154 Milano
Tel. 02 62690226
www.buonmercato.com
info@buonmercato.com