

AGENDA

- Conad: storia, missione, valori
- Conad Adriatico: marketing della Distribuzione
- I media del micromarketing
- La Carta Insieme in Conad Adriatico
- Il sistema informativo di Marketing
- Case histories: micromarketing e geomarketing

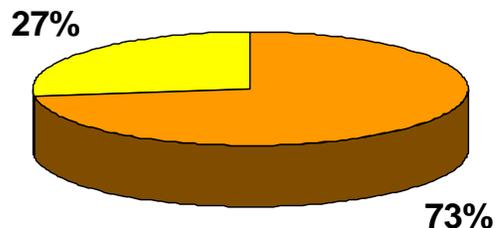
Carta Insieme in Conad Adriatico



6° anno di vita del progetto con copertura sulla rete 100%

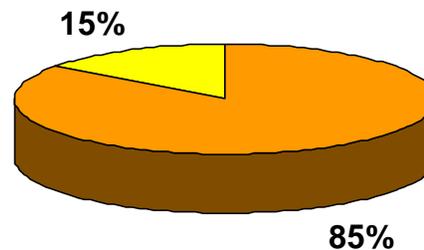
Tutti i pv sono collegati elettronicamente per la trasmissione dei dati fidelity alla centrale del Centro Distribuzione.

Scontrini



Il 73% delle transazioni avvengono tramite Carta Insieme

Fatturato



L'85% del fatturato viene effettuato da clienti con carta

Carta fedeltà per il cliente di Conad Adriatico

508.000 tessere emesse

- **Raccolta punti elettronici per la Collezione Nazionale**
(integrazione locale)

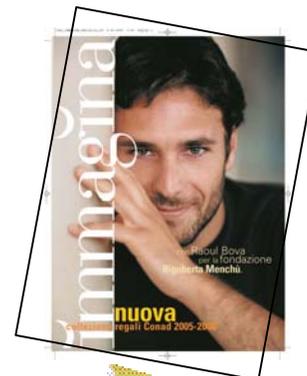
1.181.000.000 punti emessi

- **Strumento di accesso a sconti riservati:**

dai prodotti in volantino al marketing one to one

- **Network di Partner**

accordi con Q8, DHL, DeAgostini, impianti sportivi,
realità locali, ...



Il sistema integrato delle informazioni

L'INTEGRAZIONE DEI DATI
DELLA CARD CON TUTTE LE
ALTRE FONTI GENERA

IL SISTEMA
INFORMATIVO DI
QUALITA'

A SOSTEGNO DELLE
STRATEGIE AZIENDALI



AGENDA

- Conad Adriatico
- Il mondo delle carte fedeltà
- La Carta Insieme in Conad Adriatico
- **Il sistema integrato del dato**
- Case histories

Le nostre fonti

Datawarehouse

Geomarketing

Focus group

**Fonti interne
/esterne**

Datawarehouse

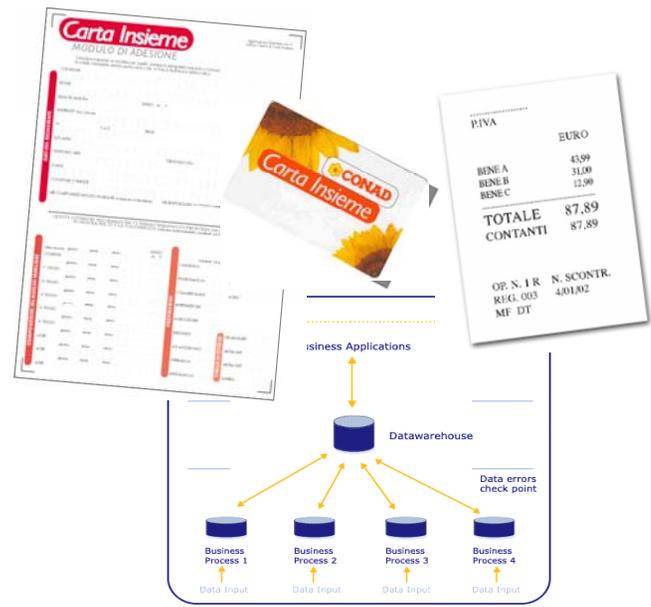
Geomarketing

Focus group

Fonti interne /esterne

Il sistema Fidelity:

- Tutti i dati di transazioni ed anagrafica cliente sono raccolti quotidianamente



Datawarehouse

Geomarketing

Focus group

**Fonti interne
/esterne**

GEOMARKETING
Insieme di analisi
finalizzate a valorizzare
le informazioni
attraverso la
componente geografica

In dettaglio gli ambiti di utilizzo:

- Rete: creazione dei bacini dei pv, ed analisi del potenziale
- Sviluppo: valutazione del giro d'affari di una nuova apertura
- Crm: integrazione di variabili territoriali a supporto dell'analisi sui clienti

Datawarehouse

Geomarketing

Focus group

Fonti interne
/esterne

I CONSUMATORI NEI GRUPPI DI LAVORO

Diamo voce al consumatore per realizzare “PRODOTTI” che si adattino ai propri bisogni e per superare le proprie aspettative.

I focus Group vengono realizzati per approfondire tematiche sulle abitudini di spesa.



Datawarehouse

Geomarketing

Focus group

Fonti interne
/esterne

Fonti interne:

- *Dati economico-finanziari sui pv,*
- *Feed-back dalla rete,*
- *Ricerche campionarie, quantitative e qualitative effettuate anche con universita' ed istituti di ricerca*
- ...

Fonti esterne:

- *Dati di mercato (AcNielsen, Iri, ...)*
- *Indagini commissionate svolte a livello locale o di consorzio Conad*

Il sistema integrato delle informazioni

Rete

- Performance del [Pv](#).
- Potenziale del pv
- Analisi dei [bacini](#)

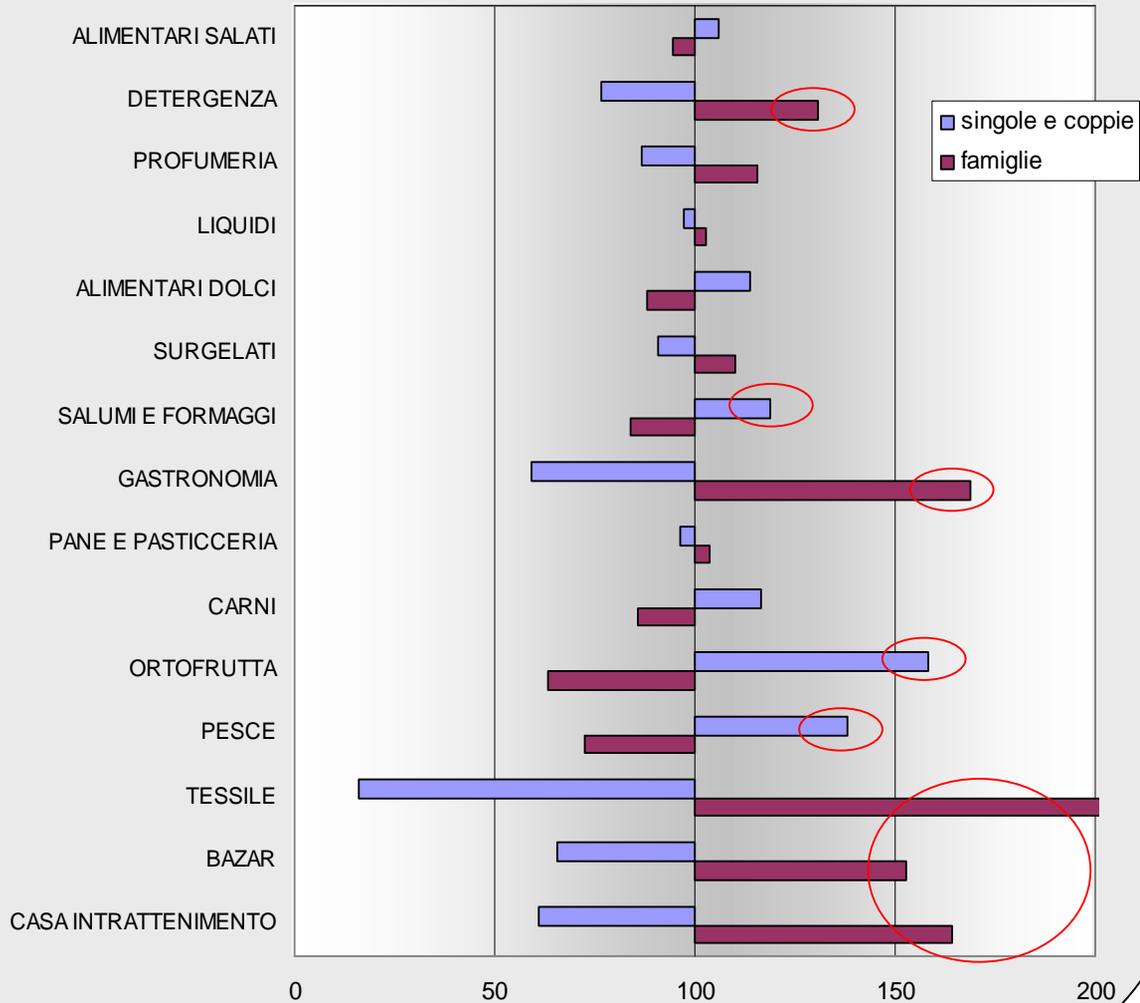
Marketing

- Analisi del comportamento dei clienti
- La piramide del cliente
- L'evoluzione del cliente

Commerciale

- CRM congiunto prod-distr
- Comarketing/Partnership
- La politica assortimentale, l'analisi delle categorie
- Vendita dati

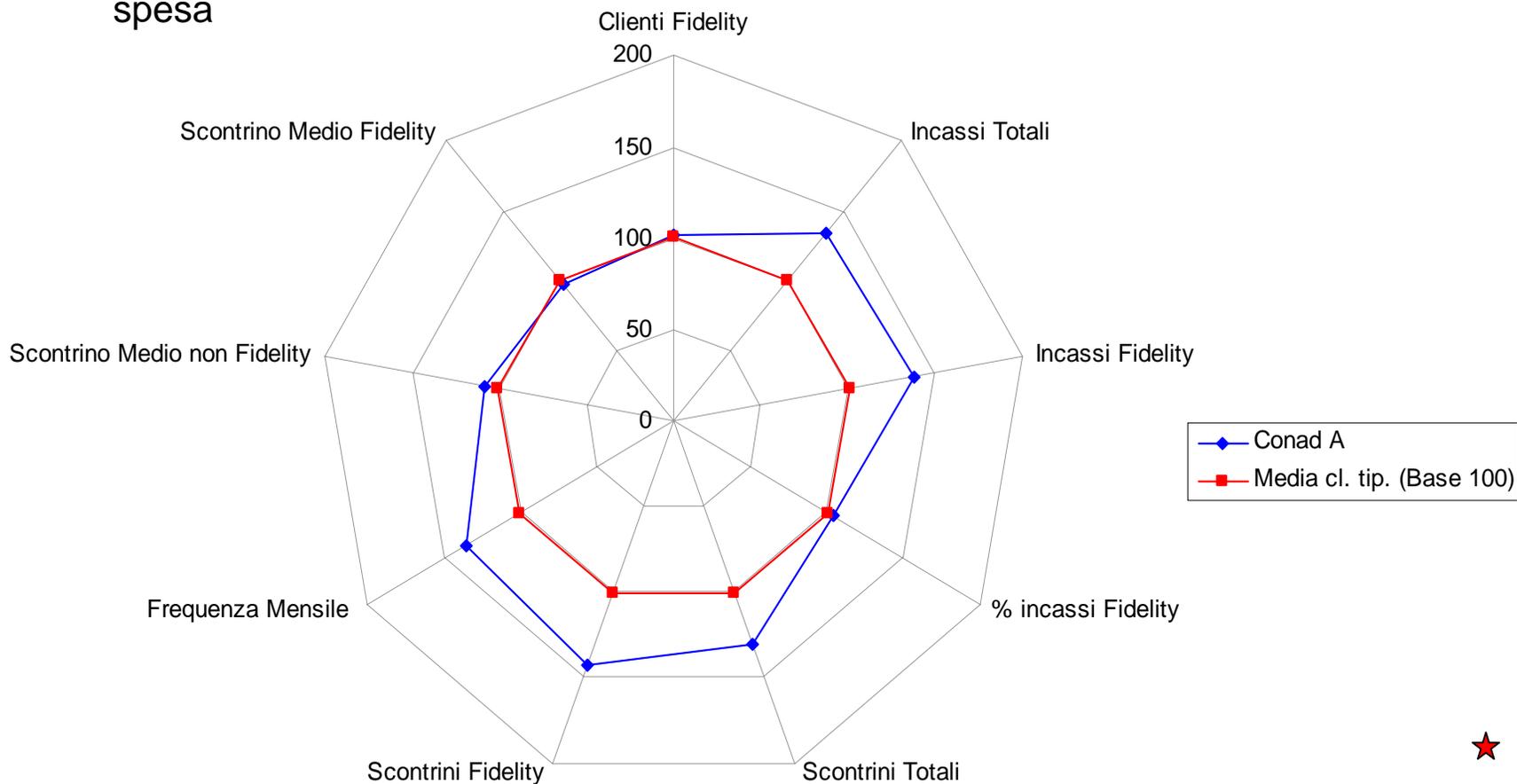
L'indice di concentrazione della spesa



Analisi della rete

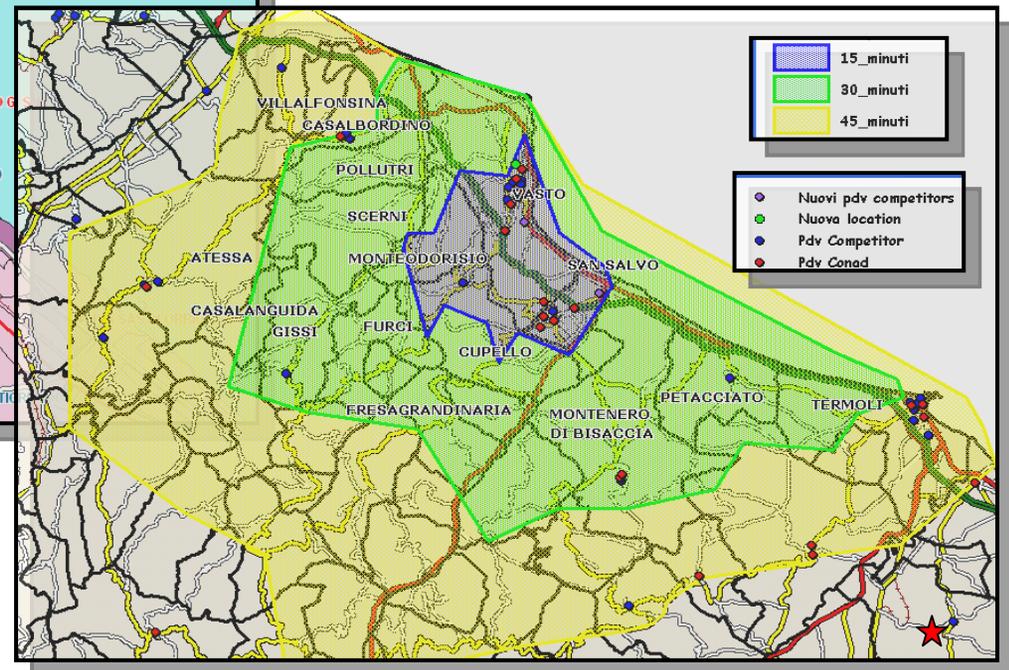
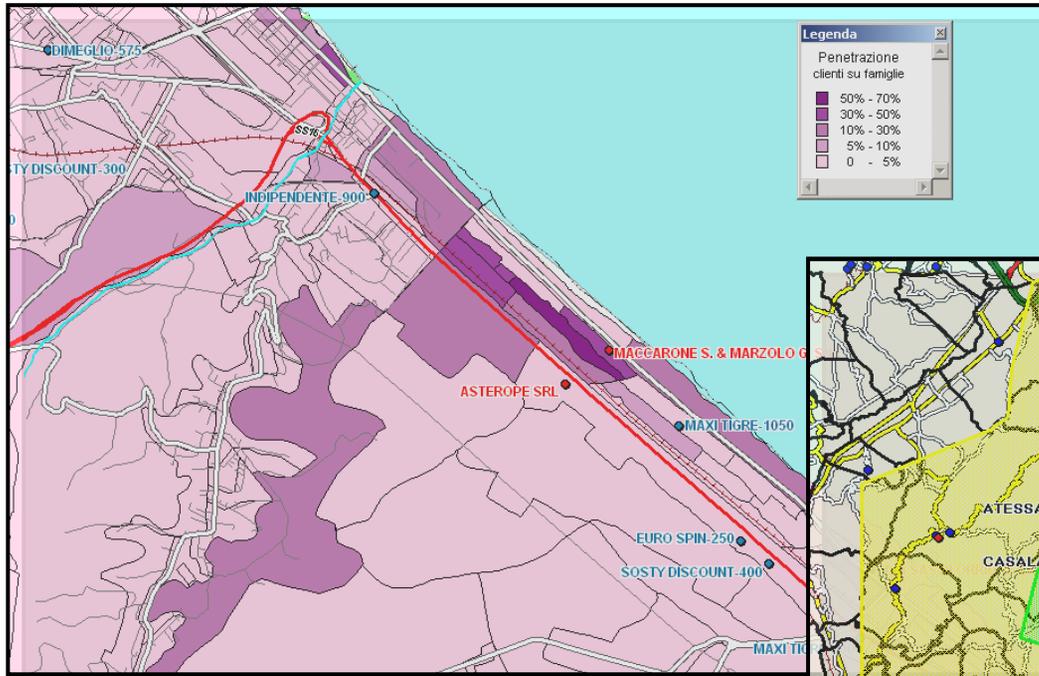
Le performance di un pv.

Tutti i pv sono costantemente misurati con riferimento alle variabili principali di spesa



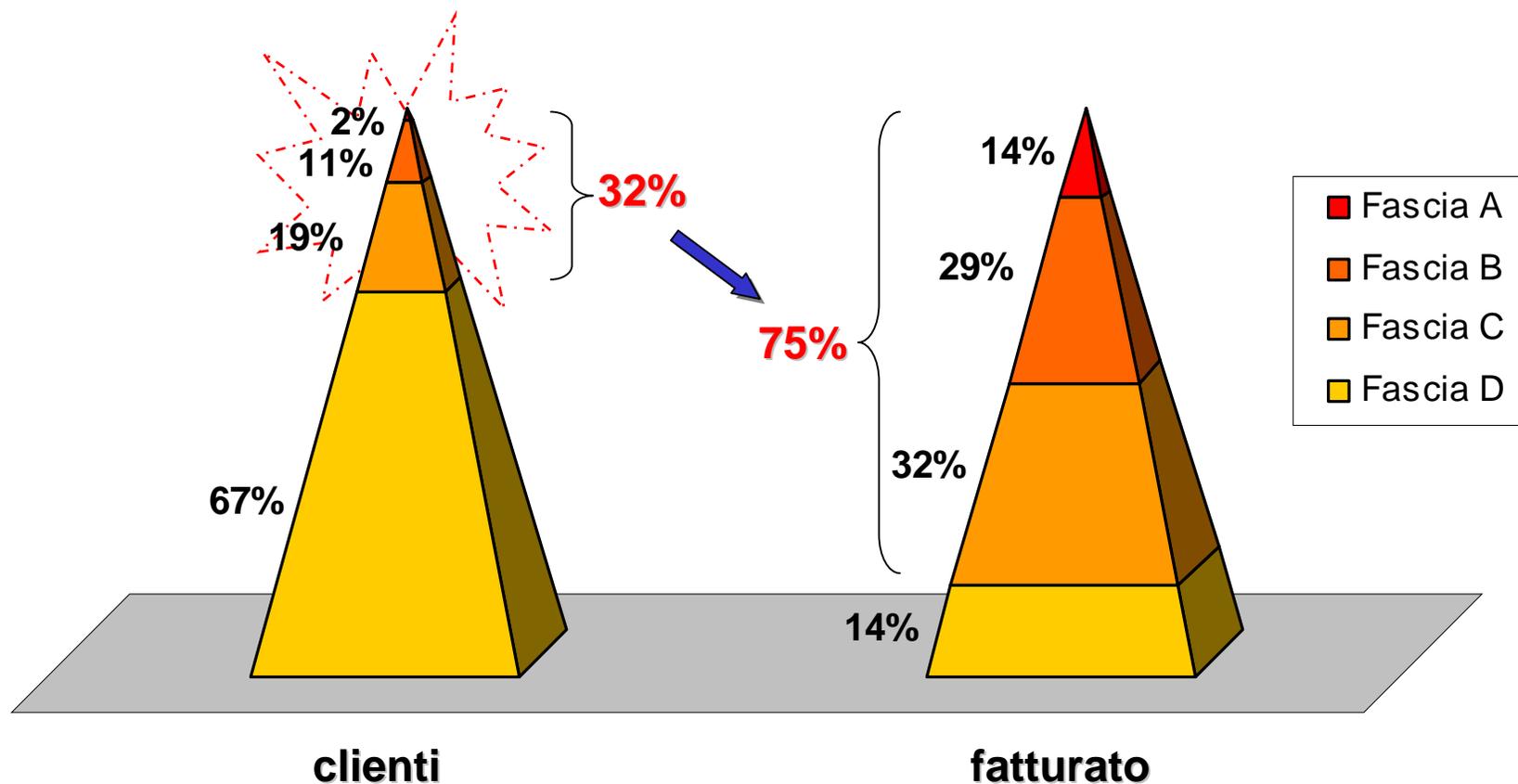
Il potenziale di un supermercato ed analisi del bacino

Ogni location viene calibrata in funzione del bacino di appartenenza.



La segmentazione della clientela

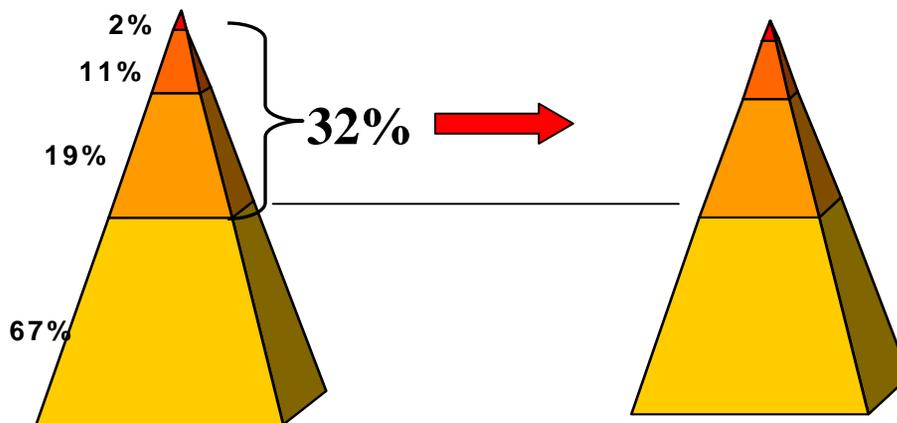
Rapporto tra classe di appartenenza e fatturato generato



il 32% dei nostri clienti genera il 75% del fatturato fidelity

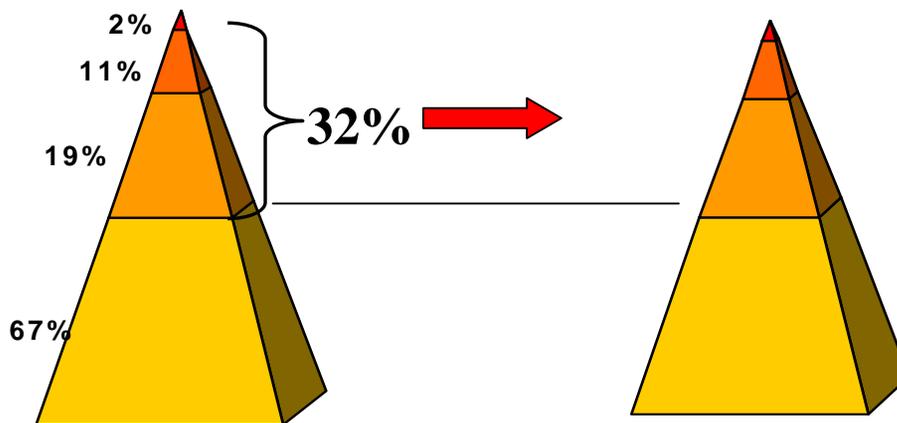
La scelta STRATEGICA di adottare il micromarketing

**DINAMICA
DEL MASS
MARKETING**



Una quota di sconti
sproporzionata va a favore
dei clienti meno profittevoli.

**DINAMICA
DEL MICRO
MARKETING**



Le risorse promozionali
vanno a vantaggio dei clienti
più redditizi per il pdv.

clienti

promozioni

L'evoluzione dinamica dei clientidifferenziandoli per fascia di spesa

