

# **YouShop: l'evoluzione della loyalty in Banco Popolare**

***Angela Dall'Olio***

***Responsabile Multicanalità Banco Popolare***

ABI Dimensione Cliente – 10 aprile 2015

## La Loyalty del Banco Popolare

Il Banco Popolare presenta una **consolidata esperienza** nell'**ideazione** e nella **gestione di programmi di loyalty per differenti tipologie di target**



# LOYALTY

- ✓ Programma Valore è il catalogo dedicato ai **Soci del Banco Popolare** e rappresenta un fondamentale volano nei confronti dei clienti più importanti, rendendo esclusivo il rapporto con questo target di clientela.



- ✓ La piattaforma YouWin è stata studiata con l'obiettivo di **incrementare gli accessi al portale YouWeb** e **fidelizzare la clientela**.
- ✓ Il portale YouWin è stato implementato nel tempo: si è partiti con il **Gratta, gioca e Vinci** e la sezione Sconti, successivamente è nato il concorso **MilleWin** per premiare la costanza di gioco e non la fortuna



- ✓ Le due iniziative **ThankYou Premium**, per i clienti ad elevato valore, e **ThankYou per Te**, riservato alla clientela restante, rappresentano **uno dei primi modelli bancari di fidelizzazione dedicati alla clientela "in uscita"** attraverso un programma di **ricostruzione della fiducia in 13 mesi**



Con Brucoconto risparmiare è un gioco da ragazzi!

Brucoconto è il conto che insegna ai bambini fino ai 12 anni a risparmiare. Uno strumento utile ed educativo, per imparare il valore del denaro con il sorriso.

## LET'S BANK

- ✓ L'iniziativa Brucoconto è dedicata ai **bambini da 0 a 12 anni** ed **insegna a risparmiare premiando i piccoli traguardi** attraverso i premi della **Brucoraccolta**
- ✓ **Da 12 a 29 anni** è attivo il programma **Let's Bank** che accompagna i giovani nella realizzazione di **comportamenti bancari virtuosi**

La continua **spinta all'innovazione** nelle strategie di **fidelizzazione** e l'approccio sempre più volto all'**integrazione tra canali fisici ed online** ha condotto il Banco Popolare ad **esplorare nuove opportunità di business**

## La nascita e le evoluzioni di YouShop

La ricerca di nuove fonti di ricavo, la forte crescita del **mercato dell'e-commerce italiano** ed una **consolidata esperienza nella fidelizzazione del cliente** hanno spinto il Banco Popolare a rilasciare ad aprile 2014 la prima innovativa e strutturata iniziativa di **vendita multicanale di beni di consumo**

Da dicembre 2014 a maggio 2015 il portale subisce una importante evoluzione tramite:

- ✓ **la convergenza del catalogo di Loyalty Programma Valore** nel portale di vendita YouShop
- ✓ **l'agevolazione dei clienti nell'ottenimento dei prodotti in 4 modalità:**
  1. **Acquisto** (bonifico, carta di credito, finanziamento)
  2. **Buono Sconto**
  3. **Acquisto + redenzione dei punti**
  4. **Redenzione dei punti**
- ✓ **innovazione continua delle componenti di servizio e nel post vendita**



**Aprile 2014**

**Dicembre 2014**

**Da Maggio 2015**

I clienti soci potranno **accedere a YouShop ed ai prodotti in vendita senza utilizzare denaro ma spendendo i punti accumulati nel tempo nel precedente Programma Valore**

## Perché un cliente dovrebbe acquistare in YouShop?

La **fiducia** e la **confidenza con la propria Banca** permettono al cliente di sentirsi **sicuro** e **“a proprio agio”** in un ambiente già conosciuto come YouWeb (home banking). Con **semplicità e sicurezza** il cliente accede ad una selezione di **prodotti di qualità** e sceglie tra differenti **modalità di pagamento veloci e agevolate**



### CONFIDENZA E FIDUCIA

- ✓ YouShop è il portale della banca del cliente, dove intrattiene i propri rapporti e di cui conosce strumenti e persone.
- ✓ **Il cliente ha già un livello di fiducia e confidenza con il Banco Popolare**, per cui YouShop non risulta un portale “pericoloso” o “ingannevole”



### SICUREZZA, SEMPLICITA' ED AFFIDABILITA'

- ✓ Il cliente effettua i propri acquisti accedendo a YouShop tramite YouWeb, l'home banking del Banco Popolare. L'ambiente di selezione ed acquisto dei prodotti è **riservato e protetto dagli stessi codici di sicurezza dei rapporti online**



### AGEVOLAZIONE NEI PAGAMENTI

- ✓ YouShop permette l'acquisto di prodotti con differenti **opzioni di scelta agevolate**, in particolare con **finanziamento a tasso zero**, con **carta di credito** o con **bonifico immediato** direttamente dall'home banking o da filiale
- ✓ YouShop permette di **acquistare prodotti anche senza denaro** tramite **l'utilizzo dei punti fedeltà**.

# I nuovi portali YouShop e YouShop Premium

A Maggio 2015 verrà lanciato un portale ricco ed innovativo **personalizzato a seconda del target obiettivo**: **YouShop** dedicato a tutta la clientela e **YouShop Premium** (ex Programma Valore) esclusivamente per i Soci.

Tutta la clientela potrà accedere al portale **YouShop** ed acquistare i prodotti in vendita nella modalità preferita. I **Soci** potranno accedere al portale riservato **YouShop Premium** ed usufruire dei punti

**BANCO POPOLARE** accumulati per effettuare acquisti.

## La convergenza del programma di loyalty “ThankYou Premium”

Nel mese di settembre 2015 convergerà in YouShop ThankYou Premium, il programma di loyalty dedicato ai clienti ad elevato valore e a rischio di abbandono

### DI COSA SI TRATTA



- ✓ **ThankYou Premium** è un **programma di fidelizzazione** per clienti ad elevato valore e a **rischio di abbandono**, pianificato in **13 mesi** e scandito da precise azioni volte alla **cura** ed alla **ricostruzione della relazione con il cliente**
- ✓ Attraverso l'**integrazione dei canali online e fisici** è stato possibile rafforzare la customer experience del cliente, guidandolo in un **percorso “multicanale” di ricostruzione della fiducia della durata di 13 mesi**
- ✓ Al termine del programma, a conferma dell'attenzione verso il cliente, **i partecipanti verranno inclusi nel nuovo ed esclusivo “YouShop Premium”**, fino ad oggi riservato ai soli clienti soci.



## I benefici attesi dall'evoluzione di YouShop

Maggiore efficienza operativa e tecnica, nuove opportunità di relazione con differenti tipologie di clienti e **concreta possibilità di generare ricavi aggiuntivi dalle sinergie tra l'attività di commerce e Loyalty**



# Impatti economici

Aprile 2014

Scelta del canale

	Pagamento "a saldo"	Pagamento "a rate"
YOU WEB	13%	37%
FILIALE	3%	47%

Distribuzione delle vendite

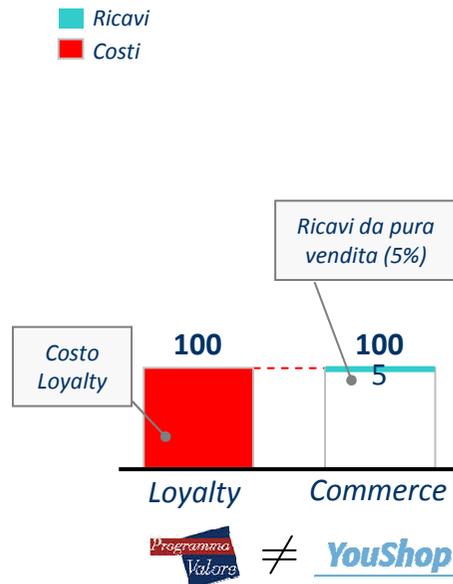


L'84% dei clienti ha privilegiato la modalità di pagamento rateale. La scelta dei canali è stata alla pari: il 50% dei clienti ha optato per la filiale, mentre il restante 50% per il web, modalità in cui il pagamento "a saldo" è superiore di 10 punti rispetto alla filiale

Dicembre 2014

Volume d'affari a cataloghi separati

(dati K€, stima su base 100)

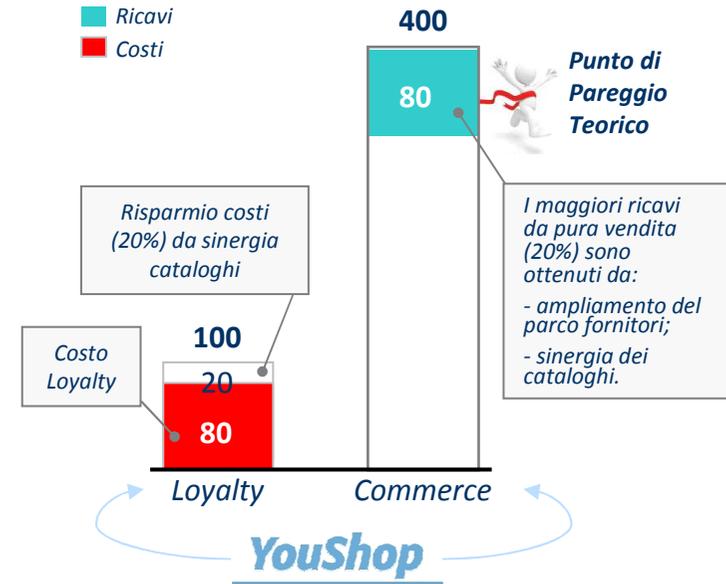


Il catalogo di Loyaty genera oggi un volume d'affari pari al fatturato di vendita di YouShop: tuttavia l'attività di loyalty rappresenta un costo compensato in misura marginale

da Maggio 2015

Volume d'affari a cataloghi unificati

(dati K€, stima su base 100)



La fusione dei due cataloghi ha come effetto immediato un risparmio certo sul costo della Loyalty di 20 punti, costo che si ripagherà completamente con l'attività di pura vendita in funzione del maggior ritorno provvigionale e della spinta commerciale attuata