

Data: 19 maggio 2014

Periodicità: sito internet

15:30 - [Kiwari](#) al convegno Popai Italia illustra le metriche dell'eCouponing

15:30 - [Kiwari](#) al convegno Popai Italia illustra le metriche dell'eCouponing

15:30 - [Kiwari](#) al convegno Popai Italia illustra le metriche dell'eCouponing. Dinamiche delle promozioni: buoni sconti digitali, everyday low price, promotion o markdown? Come individuare il prezzo giusto". Questo il titolo del seminario condotto da [Kiwari](#) in occasione di "Ordine & Extravaganze", il convegno di Popai Italia moderato da Armando Brescia, Direttore di Distribuzione Moderna e durante il quale sono intervenuti in qualità di relatori Marco Rivosecchi - Presidente [Kiwari](#), Daniele Tirelli - Presidente Popai Italia e Devis Rinaldi - Direttore Amministrazione, Finanza & Controllo di gestione Cleca San Martino. [Kiwari](#), first mover del settore dell'eCoupon in Italia, ha raccontato la propria esperienza, evidenziando i possibili utilizzi dei buoni sconto digitali come leva per il sell out, la fidelizzazione e la profilazione del consumatore. Metriche esclusive, risultati, vantaggi e case history sono stati dunque condivisi con un focus sugli aspetti strategici e tattici nel condurre una campagna di eCoupon. "A fronte della domanda di saving da parte dei consumatori, le principali marche presenti sugli scaffali della GDO e le insegne stesse si stanno attivando per rispondere in modo pronto, efficace e sicuro. Distribuire buoni sconto attraverso canali digitali diviene la logica conseguenza di un'offerta che accompagna una nuova relazione tra i brand e i consumatori: vicinanza, dialogo, rapporto che supera il beneficio immediato dell'acquisto in promozione", ha spiegato Marco Rivosecchi - Presidente [Kiwari](#) (nella foto). Una conferma è la testimonianza portata da Devis Rinaldi - Direttore Amministrazione, Finanza & Controllo di gestione di Cleca S.Martino - che ha recentemente realizzato una campagna di eCoupon affiancando al portale ilovesanmartino.it un CouponSite, creato ad hoc da [Kiwari](#) per la distribuzione di buoni sconto digitali stampabili. "Per anni abbiamo operato sul mercato utilizzando prevalentemente la leva del prezzo", ha raccontato Rinaldi. "Una politica che a lungo termine determina solo riduzione dei margini. Abbiamo quindi scelto di cambiare rotta, puntando sui plus di prodotti per differenziarci dalla concorrenza. La campagna di eCoupon condotta in collaborazione con [Kiwari](#) ci ha permesso di raccogliere un importante patrimonio di informazioni sui nostri utenti oltre ad un incremento delle vendite molto interessante".