

Publication: inStoremag.it  
 Frequency: Web Press  
 Date: 29 Maggio 2015

**inStore**  
 mag.it

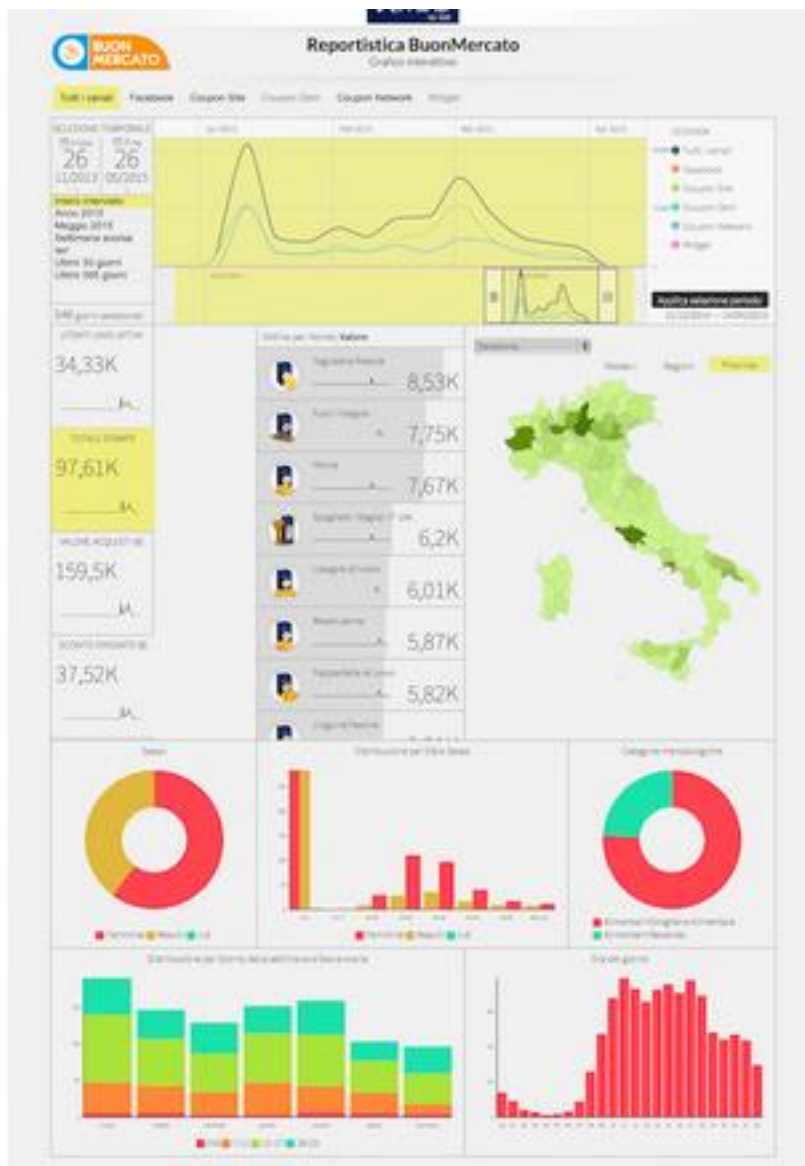
## Kiwari con couponHub porta i Big Data nell'eCouponing

News | Tecnologie | mag 29, 2015

0 19



L'investimento in una campagna, pubblicitaria o promozionale, non può più prescindere dall'analisi dei Big Data, tramite strumenti di analisi, ROI e comunicazione integrata via email. Il principale problema incontrato dalle aziende nell'effettuare le campagne di couponing è infatti la mancanza di riscontri in tempi accettabili sulla performance ed il conseguente rischio di over-redemption. Il nuovo couponHub di **Kiwari BuonMercato** è una piattaforma a disposizione di chi fa campagne di eCouponing utile per pianificare la campagna, verificarne l'andamento in tempo reale, ottimizzare gli investimenti di comunicazione in funzione dei risultati effettivi e fare *followup* mirati sui consumatori-clienti, attraverso strumenti di email marketing integrati.



Per ogni campagna di eCoupons intrapresa, CouponHub segmenta i risultati in funzione delle località e dei profili dei consumatori coinvolti. Inoltre, grazie al cruscotto RoiMonitor, rende immediatamente disponibili al cliente anche i risultati effettivi delle campagne di comunicazione intraprese per fonte di traffico (es. sito, DEM, display, ecc.) in termini di click, landing, registrazioni, stampe e sellout da parte dei consumatori, per ottimizzare gli investimenti in comunicazione. Il couponHub permette inoltre alle aziende di sfruttare il patrimonio di contatti che la campagna di eCoupon ha generato attraverso la registrazione dei consumatori. Integrato all'interno del couponHub c'è anche lo strumento di eMail Marketing Email Marketing Tool.

Attraverso un unico strumento è dunque possibile monitorare e gestire con efficacia l'intero ciclo delle attività di eCoupons: dall'erogazione, al sell-out fino alle promozioni a seguire sui consumatori registrati. Tutto ciò per promuovere le vendite dei prodotti (industria e PAM della distribuzione), incrementare il traffico sul punto vendita (distribuzione) e rafforzare la conoscenza e il relazionamento con i propri consumatori-clienti.

Quest'ultima innovazione trasferisce sul mondo del couponing il grande potenziale insito nell'uso dei Big Data e trasforma la mole di dati complessi tracciabili attraverso l'eCoupon in informazioni facilmente fruibili su cui basare una strategia digitale di comunicazione con i consumatori.