



Tecnologia - ADVICE GROUP: la Roma vince con Advice Group

Roma - 23 apr 2019 (Prima Pagina News) Conquistato il Brand Loyalty Award Italia 2019 con “Roma Unico Grande Amore”, il primo grande progetto di progress marketing nel mondo del calcio.

Conquistato il Brand Loyalty Award Italia 2019 con “Roma Unico Grande Amore”, il primo grande progetto di progress marketing nel mondo del calcio. È Advice Group l’advisor del programma multicanale rivolto ai tifosi, alla comunità dei fan e ai simpatizzanti giallorossi. L’AS ROMA e Advice Group si sono aggiudicati il premio Brand Loyalty Award 2019 il 16 aprile, a Milano. Si tratta di un premio, giunto alla seconda edizione, dedicato ai progetti di loyalty e di reward che mirano ad instaurare tra il brand e i clienti un rapporto continuo e duraturo, e a generare coinvolgimento e partecipazione prima, durante e dopo l’acquisto. AS ROMA è stato di fatto il primo club calcistico italiano a “scendere in campo” con i Big Data; grazie ad Advice Group, la prima società di progress marketing in Italia, il club giallorosso ha infatti avviato l’anno scorso un progetto di ampio respiro, pensato totalmente in chiave digitale e rivolto alla propria fan base, ai tifosi e a tutti i simpatizzanti. Il programma di loyalty digitale ha preso il via a inizio 2018 ed è tuttora attivo con l’obiettivo di costruire una relazione valoriale tra il club e i suoi tifosi, coinvolgendoli in differenti attività multicanale. Cuore pulsante del programma è stata la nuova piattaforma digitale www.romaunicograndeamore.com, all’interno della quale il tifoso trova un ricco programma di iniziative a cui prendere parte attraverso diversi touch points del brand, sia fisici che digitali: web, radio, tv e canali social ma anche lo stadio e lo store ufficiale della squadra! Tante attività diverse, ma intrinsecamente connesse. Il portale è diventato in poco tempo il punto di riferimento dei tifosi della squadra grazie alla possibilità di ricevere premi “money can’t buy”, tra i quali: partecipare alle trasferte nazionali e internazionali con la propria squadra del cuore, scendere in campo con i propri campioni, ottenere prodotti merchandising esclusivi, e ancora vincere biglietti VIP per andare allo stadio. Alla base del progetto un’innovativa Customer Data Platform che restituisce ad AS Roma informazioni puntuali rispetto al comportamento dei suoi tifosi (in ottica GDPR compliance) che vengono utilizzate dal Club per rafforzare la relazione tra la squadra e i tifosi. Grazie alle tecniche di progress marketing, AS Roma dialogare in modo personalizzato con ogni singolo tifoso, può conoscerlo meglio e inviargli comunicazioni rispetto ai suoi interessi e alle sue abitudini. Un’occasione unica per tifosi e simpatizzanti, che sono stati premiati per la loro affezione alla squadra, ma anche per il club, che può finalmente interagire 1to1 con il proprio pubblico. Proprio questo aspetto innovativo ha permesso a Roma Unico Grande Amore di aggiudicarsi il premio come miglior progetto di CRM e come Grand Prix della Loyalty. La giuria ha sottolineato come, questo progetto, detti le linee guida per la costruzione dei progetti di loyalty di domani, che dovranno essere data driven e pensati in un’ottica relazionale tra brand e consumatori. Così



commenta Fulvio Furbatto, CEO di Advice Group: “Siamo soddisfatti che alcuni dei più importanti rappresentanti del mondo loyalty in Italia ieri ci abbiano conferito questi riconoscimenti, premiando la forte innovazione del nostro primo progetto nel mondo del calcio. Siamo entusiasti anche il mondo del calcio si sia affidato al nostro expertise perché il brand AS ROMA non ha nulla da invidiare ai grandi brand che abitualmente gestiamo. Club e management hanno idee chiare e visione innovativa rispetto al dialogo con i fan, e questo progetto di digital loyalty ha portato la squadra fra quelle più innovative in campo digitale, al pari di Barcellona, Real Madrid, Manchester City e poche altre”. “Fino ad oggi, nella storia del Calcio italiano – continua Furbatto – i progetti pensati per i tifosi sono stati spot, poco organici e spesso slegati tra loro. Quello realizzato per AS ROMA è, per complessità organica, caratteristiche e multicanalità un progetto senza precedenti. Il mondo del calcio può trarre importanti vantaggi dal digitale e siamo sicuri che il progetto di AS ROMA farà da apripista per nuove interessanti sperimentazioni in questo campo”. Informazioni su Advice Group Advice Group S.p.A. nata nel 2006 dall’idea imprenditoriale di Fulvio Furbatto, è la società che per prima ha introdotto in Italia l’utilizzo del progress marketing, il concetto che si basa sulla gestione di programmi di relazione comportamentale con gli utenti grazie all’analisi di grandi volumi di dati (big data) trasformati in cluster (smart data), e sulla possibilità di agire in tempo reale con azioni mirate a supporto delle vendite. Nel 2008 Advice firma la prima digital collection in Europa, introducendo un nuovo paradigma di mercato. Prima nel 2014 con Sammontana e nel 2018 con UnipolSai si è aggiudicata l’autorevole premio Loyalty Awards di Londra. Nel 2017 ha ottenuto il riconoscimento FT1000, nella classifica del Financial Times delle aziende a più alto tasso di crescita in Europa. Nel 2019 ha ricevuto il riconoscimento italiano del Sole24Ore, come Leader della Crescita. Il gruppo ha sede sede principale in Italia e uffici a Lima, in Perù e Bogotà, in Colombia e conta un organico di 40 persone. Nel 2018 ha registrato oltre 4 milioni di Euro di fatturato e punta a raggiungere i 10 milioni nei prossimi due anni.

(Prima Pagina News) Martedì 23 Aprile 2019