**STRUMENTI FIDELITY**

Questi sono gli strumenti per gestire la tua fidelity card. Il tuo cliente vede una fidelity card, con una card sconto, una raccolta punti o un abbonamento o una gift card o molti altri. Tu sei in grado di personalizzare il funzionamento del programma per adattarlo alle tue esigenze.

**Campagne Fidelity**

Simsol offre tanti strumenti in un’unica piattaforma. Ogni strumento ha un suo scopo specifico. Ognuno ha la propria strategia, le aziende sviluppano i propri obiettivi per incrementare i guadagni o migliorare il rendimento del proprio business.

* [Raccolta Punti](https://www.simsol.it/raccolta-punti/)
* [Card Sconto](https://www.simsol.it/card-sconto/)
* [Gift Card](https://www.simsol.it/programma-gift-card/)
* [Comprane X ne hai 1 Omaggio](https://www.simsol.it/comprane-x-ne-prendi-1-in-omaggio/)
* [Premia le Visite](https://www.simsol.it/premia-le-visite-accumulate/)
* [Pubbliche Relazioni](https://www.simsol.it/paga-i-clienti-per-le-visite/)
* [PassaParola](https://www.simsol.it/passaparola/)
* [Card a Scalare](https://www.simsol.it/card-a-scalare/)
* [Abbonamento](https://www.simsol.it/abbonamento/)
* [Post Pagato](https://www.simsol.it/post-pagato/)
* [Prepagato](https://www.simsol.it/prepagato/)
* [RaccoltaPunti senza Denaro](https://www.simsol.it/raccolta-punti-senza-denaro/)
* [Apriporta e Guadagna](https://www.simsol.it/apriporta-e-guadagna/)
* [Apriporta](https://www.simsol.it/campagna-apri-porta/)
* Altre ancora…  
  Ogni campagna fedeltà è creata per premiare o gestire comportamenti specifici. Ci sono aziende che creano promozioni su giorni specifici e altre che premiano chi supera un importo di spesa. Ogni azienda che usa Simsol ha a disposizione tanti strumenti che vengono attivati per raggiungere scopi diversi. Un consulente ti seguirà per rispondere alle tue domande e per farti provare lo strumento che più ti incuriosisce. Chiedi una prova anche ora!

**REGOLE AUTOMATICHE**

Queste sono le regole automatiche che regolano il tuo pilota automatico e che si attivano da sole quando il cliente effettua un acquisto, quando compie gli anni, se non torna a comprare o se spende una certa cifra e molto ancora

**Campagne Automatiche**

Simsol usa i comportamenti di acquisto dei clienti per generare occasioni di vendita. Impostando le regole automatiche in simsol, il programma memorizza e misura i comportamenti di acquisto o non acquisto dei clienti e quando un cliente, non torna a comprare, quando compie gli anni, o quando acquista un determinato articolo, viene inserito in una procedura promozionale automatica di contatto che attraverso l’invio di sms e di email personalizzate lo invitano a tornare per usare coupon sconto, buoni spesa o servizi/prodotti omaggio.

L’insieme delle regole formano un pilota automatico che determina il successo dell’azienda nello stabilire un legame personale con i propri clienti.

Le regole automatiche sono le seguenti

* [**Buon compleanno**](https://www.simsol.it/buon-compleanno-automatico/)

Invia il Buon Compleanno automaticamente ai clienti via e-mail e via sms e offri loro un motivo per tornare nel tuo negozio. Usa il loro compleanno per festeggiarli. Cerca di essere generoso loro se lo ricorderanno [Leggi di più](https://www.simsol.it/buon-compleanno-automatico/)

* **Clienti Scomparsi**

Imposta il numero di giorni che devono passare prima che i clienti ricevano questa promozione per farli tornare. Usa sms ed email per riattivare i clienti che non tornano da troppo tempo. Non lasciare andar via un cliente, ricorda quanto è difficile farne di nuovi! [Leggi di più](https://www.simsol.it/riporta-indietro-clienti-pigri/)

* **Clienti Frequenti**

Imposta un numero di acquisti (o usi della card) dopo il quale il cliente sarà premiato con una promozione speciale. Usa sms ed email per far vivere un’esperienza indimenticabile ai clienti che si meritano il tuo affetto e il tuo riconoscimento. Ringraziali per la loro fedeltà! [Leggi di più](https://www.simsol.it/clienti-frequenti-ricompensa-clienti-assidui/)

* **Nuovi clienti**

Hai solo una occasione per fare una Prima Buona impressione! Sorprendi i nuovi clienti con una promozione indimenticabile che li faccia parlare di te e li porti a tornare presto a comprare. Invia una e-mail e sms ai nuovi clienti, il giorno dopo per invitarli a tornare con una promozione dedicata. [Leggi di più](https://www.simsol.it/nuovi-clienti-bentornato-caro-cliente/)

* **Vendita Incrociata**

Invia una offerta automaticamente ai clienti che aderiscono ad una promozione particolare o che acquistano un prodotto in particolare o che compiono un’azione specifica. Solo coloro che rispondono a questo filtro riceveranno un’email o un sms la promozione per l’acquisto di un elemento correlato o un articolo. [Leggi di più](https://www.simsol.it/vendita-incrociata-cross-sell-ringrazia-il-cliente-recente/)

* **Alto Spendente**

Individua i clienti che arrivano a spendere una determinata somma in un determinato periodo e premiali inviandogli un’offerta personalizzata. Questi sono clienti preziosi e come tali vanno trattati! Usa e-mail e sms per comunicare direttamente con loro [Leggi di più](https://www.simsol.it/ciao-caro-cliente-alto-spendente/)

* **Promemoria Premi**

Ricorda il primo giorno del mese ai tuoi clienti quale è il miglior premio a cui hanno diritto ed invitali a ritirarlo. Questa campagna non genera offerte perché vuole che il tuo cliente viva l’emozione di ricevere il premio. I clienti che ritirano i premi sono più fedeli di quelli che non lo fanno. Usa sms ed email per comunicare con loro. [Leggi di più](https://www.simsol.it/promemoria-premi/)

* **Crea Promemoria Annuale**

Aumenta le vendite ricordando ai clienti il compleanno dei familiari e invitali a tornare da te per scegliere il regalo giusto! Ricordagli la scadenza del tagliando o l’anniversario del loro matrimonio o molto ancora. Ti ringrazieranno di avergli risparmiato la brutta figura. Il tempismo è tutto! Usa sms ed email per essere certo di essere riconosciuto! [Leggi di più](https://www.simsol.it/promemoria-annuale-diminuzione-perdita/)

* **One Shot / Manuale**

Vuoi comunicare un’offerta a tutti i clienti o solo una parte? Vuoi informare i clienti di un’apertura straordinaria o di uno sconto flash su un prodotto? Crea il tuo target in manuale, decidi una data ed un orario specifico di partenza e una data di termine. Crea una testo avvincente e coinvolgente e lascia il programma fare il resto. Usa sms ed email per contattare i clienti in target e misura i risultati e le conversioni generate. [Leggi di più](https://www.simsol.it/one-shot-manuale/)

* **Stagionale**

Ci sono festività o celebrazioni in un anno che avvengono sempre lo stesso giorno: l’anniversario dell’apertura, Halloween, San Valentino, il Natale ad esempio. Sfruttalo a tuo favore creando Promozioni Stagionali! Decidi la data di inizio e la durata della promozione, crea il contenuto e conferma tutto. Ogni anno tutti i clienti riceveranno automaticamente questa promozione, anno dopo anno. Coinvolgi automaticamente i clienti nelle tue promozioni stagionali usando Sms ed Email! [Leggi di più](https://www.simsol.it/stagionale-incremento-spesa/)

**APPROFONDIMENTI**

Gli approfondimenti sono i risultati dell’uso di simsol. Grazie ad una serie di misurazioni sarai in grado di verificare se i tuoi clienti migliorano l’interazione con il tuo negozio. All’interno di questa sezione vedrai grafici calcolati in modo dinamico che rappresentano il tuo reale andamento. Così come misuri il margine delle tue vendite. Il fatturato quotidiano, ora sarai in grado di vedere quanti giorni passano di media tra un acquisto e l’altro. Quanto spendono i clienti con la fidelity card. Quante volte vengono in un anno e vedere come si dividono in termini di reddito generato.

**Variabili misurate**

Simsol misura tutto. Ogni volta che crei una card, o che un cliente scarica l’app. Il programma registra l’azione. Ogni volta che il cliente compra, simsol tiene in memoria questa informazione e la usa per creare una fotografia in termini di dati e scenari che ti servirà per capire come sta andando il tuo negozio e quanto sono fedeli i tuoi clienti.

**Rapporto Offerte Inviate ed Utilizzate**

Questo grafico mostra quanti coupon simsol ha generato automaticamente (in blu) e quanti di questi sono stati utilizzati dai tuoi clienti per effettuare acquisti (in rosso)

**Peso delle Offerte**

Questo grafico a torta mostra sul totale delle campagne automatiche attive in un dato periodo, quale è il peso economico degli acquisti effettuati da tuoi clienti

**Tasso di Ripetizione di Acquisto**

Questo grafico ti mostra quanti clienti hanno fatto acquisti nel tuo negozio più di una volta nel tuo ciclo di business scelto. Questa variabile è un buon indicatore del livello di fedeltà dei clienti. Una media generica vede questo tasso muoversi tra un 20% e un 40% del totale.

**Tasso di Riscatto dei Premi**

Offrire un premio ai propri clienti con tessera fedeltà, che poi non viene mai richiesto è indice di scarsa fedeltà. Erogare premi all’opposto crea un legame di fedeltà molto intenso. Questo grafico mostra quanti clienti in percentuale sul totale hanno riscattato un premio. Maggiore è il valore, maggiore è il numero dei clienti che amano il tuo negozio.

**Ordine Medio**

Questa misurazione mostra quale è la spesa sul singolo ordine effettuato dai tuoi clienti. Questa misurazione dinamica mostra anche come questa si sposti nel tempo. Molto utile per verificare l’apprezzamento dei clienti rispetto alle promozioni generate.

**Frequenza di Acquisto**

Quante volte lo stesso cliente torna ad acquistare all’interno del ciclo di business selezionato. Anche questa misurazione dinamica, mostra se le nostre strategie di fidelizzazione stanno realizzando gli obiettivi posti.

**Valore del Consumatore**

Conoscendo l’ordine medio e la frequenza di acquisto, è possibile ora comprendere quanto vale di media il nostro cliente in un ciclo di business. Pertanto avendo questa informazione è possibile conoscere quanto investire in termini pubblicitarie per acquisire un nuovo cliente, o per fidelizzarne uno.

**Distanza tra gli Acquisti**

Questo è forse l’unico grafico che si spera sempre di ridurre. Minore è la distanza di giorni tra un acquisto e l’altro e maggiore è il fatturato generato dai propri clienti. Se 100 cliente vengono 3 volte l’anno, produrranno più fatturato che se venissero a comprare 2 volte l’anno.

**Ritenzione e Tasso di Perdita**

Questo grafico misura con un grafico a torta quanti clienti sono rimasti fedeli in un anno e quanti sono stati persi. Conoscendo quanti clienti avevo conosciuto all’inizio di un anno, e misurando quanti di questi hanno effettuato almeno un acquisto durante l’anno. Posso conoscere la percentuale dei clienti “trattenuti” e la percentuale dei clienti “persi”.

**CLV (Customer Life Time Value)**

Se conosco il peso dei clienti persi, conosco anche il tempo in cui un cliente resterà attivo e continuerà a comprare. Se il mio negozio trattiene l’80% dei clienti e ne perde il 20% significa che in 5 anni quel cliente sarà perso. Conoscendo anche la spesa media in un anno. Posso a questo punto calcolare quale è il valore economico prodotto da ogni singolo cliente durante il suo periodo di vita come cliente attivo.

**RFM (Recenza, Frequenza, Monetizzazione)**

Questo indicatore è forse il più completo metodo per la misurazione della redditività generata da un cliente. Ogni tuo cliente registrato viene misurato e messo a confronto con gli altri in relazione a tre variabili da peso differenze. Recenza, intesa come distanza in ermini di giorni tra un acquisto e l’altro, la Frequenza, intesa come numero di volte che un cliente ha usato la card per fare acquisti e la monetizzazione, per intendere il valore economico speso per fare acquisti.

Ognuna di queste tre variabili viene misurata e contribuisce a creare un punteggio assegnato ad ogni cliente. Questi punteggi permettono di ordinare i clienti al fine di classificarli in 5 segmenti, da cliente migliore al peggiore. Con l’unico scopo di comprendere come si suddividono e posizionano i tuoi clienti all’interno dell’analisi stessa.