Peroni ed Advice Group lanciano un programma studiato per l'Ho.Re.Ca.

worthmore-collection-birra-peroni-9cf19483

Birra Peroni, storica azienda birraia italiana, uno dei più accreditati punti di riferimento nel settore del beverage in Italia e dallo scorso ottobre nel Gruppo Asahi Europe, ha scelto Advice Group, la prima società italiana progress marketing per la creazione - in partnership - di un innovativo programma di fidelizzazione studiato per il canale Ho.Re.Ca.

Si tratta di una campagna dal titolo “Vinci con Birra Peroni”, con avvio oggi 10 aprile e conclusione prevista a fine anno, e che si pone un duplice obiettivo: da una parte, conoscere più da vicino, ingaggiare e fidelizzare gli esercenti, dall’altra, promuovere e incrementare le vendite di birre Speciali e Premium. Tutte le birre premium della Famiglia Peroni sono prodotte con Malto 100% Italiano: la gamma delle 3 Peroni Gran Riserva, con immagine appena rinnovata, la Peroni Forte, la Peroni Chill Lemon, il Peperoncino e la non pastorizzata Peroni Cruda appena lanciata – alla Nastro Azzurro, la birra premium Italiana più bevuta al mondo, vero e proprio esempio di successo a livello internazionale.

Il programma prevede che l’esercente possa giocare in multicanalità (via sms e web) il codice univoco stampato all’interno dei cartoni di prodotto. In questo modo potrà partecipare a un contest “instant win” con in palio buoni Amazon del valore di 100 euro. Ogni codice giocato permetterà di collezionare un punto collection per raggiungere le soglie di 40 e 100 punti, dove l’esercente potrà scegliere e richiedere uno dei premi presenti sulla piattaforma MyPrize, nel catalogo dedicato a Birra Peroni.

Ogni azione dell’esercente verrà mappata dalla piattaforma di behavioural loyalty, tutti i dati raccolti verranno analizzati e riclassificati e permetteranno di creare dei profili comportamentali dei partecipanti. In questo modo Birra Peroni potrà costruire un database qualificato (non solo l’anagrafica ma anche i comportamenti digitali) utile per dialogare in modo personalizzato (1to1) con tutti gli utenti che parteciperanno al programma di fidelizzazione. Ad ogni interazione dell’esercente si potrà migliorare il proprio percorso accumulando punti da spendere all’interno di MyPrize, la piattaforma di

digital rewards, sviluppata da Advice Lab. Al suo interno, Birra Peroni ha creato il proprio catalogo premi digitale con partner di eccellenza del calibro di Emozioni 3, Dechatlon, Totalerg o La Feltrinelli, mettendoli a disposizione degli oltre 300mila esercenti distribuiti su tutto il territorio nazionale. Birra Peroni ha deciso di integrare la piattaforma MyPrize all'interno del sito dedicato all'iniziativa per migliorare l'esperienza utente, personalizzarla all'interno di un unico ambiente brandizzato.

Così commenta **Fulvio Furbatto**, CEO di Advice Group: *"Con questo progetto vogliamo creare un link diretto tra la marca e l'esercente, un target sempre più strategico per la diffusione del brand e un canale importante per la relazione con il cliente finale. La conoscenza articolata, da parte dell'azienda, dei gestori del punto vendita rafforza il legame con il brand e getta le basi per la creazione di una vera community e la profilazione comportamentale dei suoi componenti".*

Così prosegue **Luca Beretta**, Direttore Trade Marketing di Birra Peroni *"Lanceremo questo programma di loyalty per il 2017 con una prospettiva di crescita e rinnovamento per gli anni futuri. Con la volontà di premiare la 'fiducia' dei nostri esercenti, e promuovere costantemente i nostri prodotti, abbiamo dato vita ad una promozione esclusiva per il canale Horeca attraverso 'un concorso misto a premi' focalizzato sui brand premium del portfolio Birra Peroni".*

www.vinciconbirraperoni.it