



La comunicazione "accende" bisogni e richieste da parte del consumatore e Voice&Web offre velocemente le risposte: informazioni sul prodotto e sull'assistenza; indicazioni dei punti vendita e dei CAT; confronto e caratteristiche dei modelli; notizie su campagne promozionali. Le attività di pre-vendita consentono una profilazione del consumatore, mentre quelle di post-vendita rafforzano l'immagine del Brand e della sua qualità

www.voiceandweb.com

La missione di MeTmi è sviluppare progetti e servizi innovativi, che diano impulso alle attività di marketing e di vendita nelle aziende. I nostri servizi prendono vita dalla passione per l'iniziativa e per il raggiungimento di obiettivi che condividiamo con i nostri Clienti. Continui investimenti nella ricerca di soluzioni tecnologiche di ultima generazione ci consentono di raggiungere quotidianamente questi traguardi.

www.metmi.it

Italia:
Strada della Moia, 1
20020 ARESE (Milano)
Tel.+39 02 38073.1 Fax +39 02 38073.208
info@metmi.it - www.metmi.it

MeT mi

Spagna:
Carrer Marqués de Sentmenat, 54
08029 Barcelona - España
Tel.+34 934452.810 Fax +34 934452.817
info@metba.es - www.metba.es

Social & Web Marketing

Quality Survey

Voice & Web

i.PSM

Loy@lty Engine



Obiettivi dei servizi di Loyalty Engine

Un team di creativi e tecnici in grado di ideare e implementare Trade's Loyaty Programs, ossia campagne per la fidelizzazione di clientela professionale (artigiani, dettaglianti, professionisti, ecc.) ai brand aziendali.

Loyalty Engine è un modello che si configura in funzione delle necessità dell'Azienda Committente.

Il partecipante invitato può raccogliere "punti" e "vantaggi" attraverso gli atti d'acquisto che realizza presso i canali di distribuzione a lui consueti: distributori, grossisti, magazzini specializzati.

Avalendosi della piattaforma internet "Loyalty Engine", trasmette a MeTMI le informazioni di ciascun atto d'acquisto (anche allegando copia del documento tramite upload della scansione, oppure inviando email o fax).

Al raggiungimento del valore del premio da lui prescelto, sempre attraverso la piattaforma potrà richiedere l'invio dello stesso a domicilio.

Target e diffusione tramite azioni di web e social market

Loyalty Engine consente innanzitutto di destinare l'azione promozionale ai propri clienti. Inoltre, grazie alla possibilità di selezionare target specifici nei database dei censimenti MMAS (autofficine, carrozzieri, farmacie, installatori elettrici e idraulici, parrucchieri, pasticcerie, panetterie, ottici, per) l'Azienda può catturare nuova clientela.

Il progetto prevede la progettazione di campagne:

- SEM (Searching Engine Marketing) sui motori di ricerca
- DEM (Direct E-mail Marketing) per catturare l'attenzione dei target
- Landing page per catturare ulteriori adesioni al Programma di Loyalty
- Azioni di social e reputational marketing su Twitter e Facebook per accrescere l'effetto sui target
- Contatti telefonici per facilitare la conversione dei clienti giunti sulla landing page
- Eventuale creazione, produzione e diffusione di materiale stampa presso i distributori



Siamo i primi ad aver realizzato una Fidelity Card in Italia.

Modello e Tecnologia

Acquisizione delle liste dei target e configurazione della piattaforma CRM per la gestione della campagna.

Creazione catalogo premi e assistenza nell'adempimento delle necessarie pratiche ministeriali (invio PREMA, emissione fideiussione, stesura regolamento concorso) Progettazione / configurazione del Loyalty Program Software (LPS) che consente:

- L'iscrizione cliente alla raccolta punti
- La consultazione del catalogo premi
- L'inserimento dei suoi atti d'acquisto con relativo documento comprovante
- La visione del proprio conto punti cumulati
- Scelta e ordine dei premi

Eventuale creazione di App che consentono l'accesso alla piattaforma da smartphone

Contact Center Inbound

Loyalty Engine include la disponibilità costante del servizio di Contact Center Inbound MeTMI per tutti i partecipanti del concorso. Per accogliere dai partecipanti tutte le richieste di: informazioni, verifiche, solleciti ed eventuali complaint, nel totale interesse e salvaguardia dell'immagine dell'Azienda Committente.

Picking, handling e spedizione premi

Acquisizione dei premi attraverso la piattaforma LPS o Contact Center, e conseguente amministrazione del conto punti / vantaggi del partecipante. Gestione dello stock di premi, confezionamento e consegna del premio al destinatario, previo appuntamento telefonico, con emissione della documentazione di consegna.

Gestione delle rinunce, dei diritti di recesso e della sostituzione per difettosità del premio.