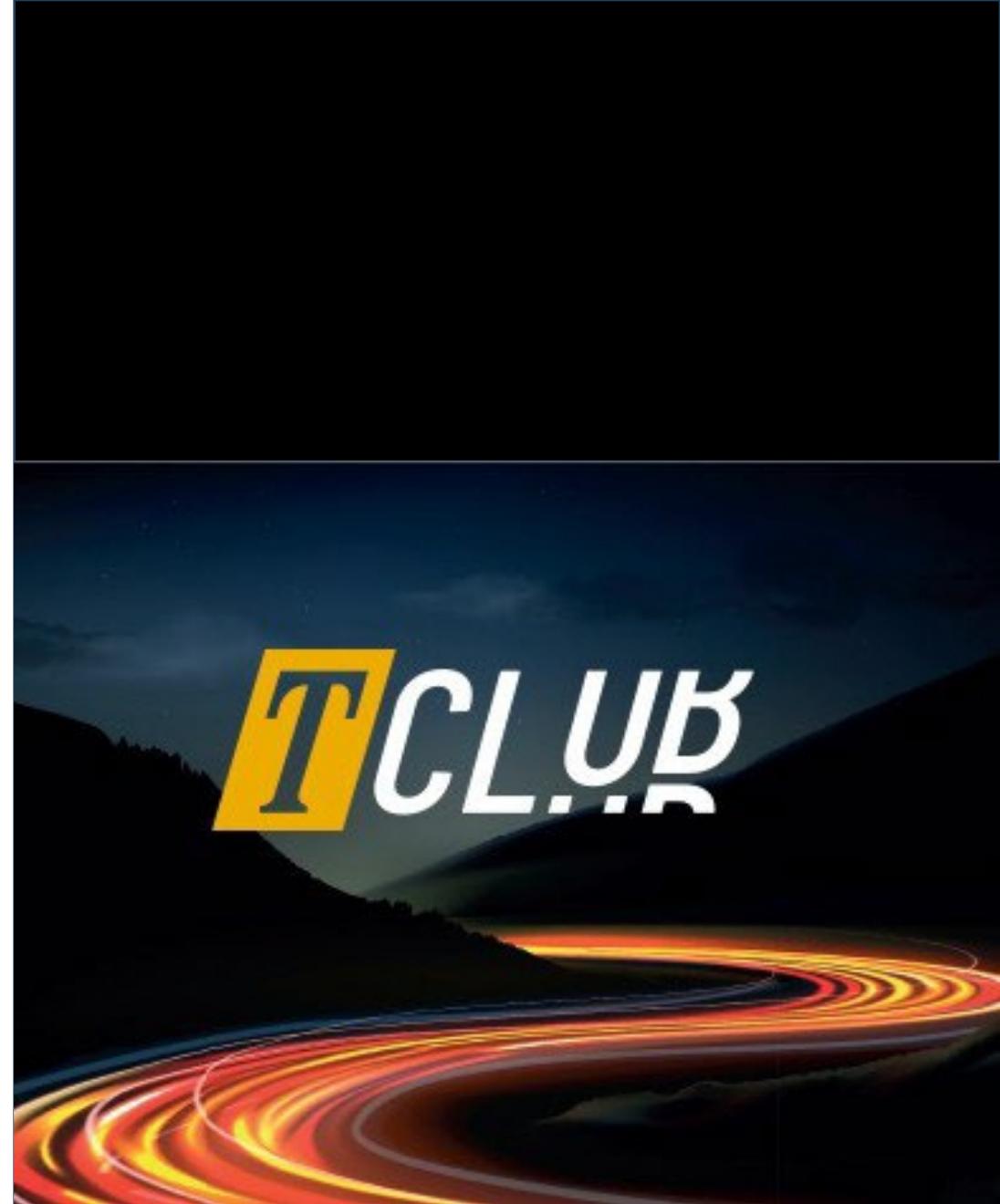


T CLUB

AGENDA

1. *Il team*
2. *T Club in pillole*
3. *Ambiti di progetto*



01. IL TEAM DI T CLUB



FRANCESCA BIZZOTTO
CRM Manager
Gruppo Trivellato



TATIANA CARMINETTI
After Sales Manager
Gruppo Trivellato



FEDERICA GROSSI
Team leader
Deloitte Digital



LUDOVICA LEONARDI
PMO
Deloitte Digital

02. T Club in pillole

T Club è il primo programma di loyalty nel mondo car dealer, dedicato ai clienti che acquistano veicoli nuovi/usato o prodotti service

TARGET: *clienti privati e Piccole Partite Iva*

GLI OBIETTIVI DEL PROGRAMMA DI LOYALTY



PRIORITY #1

Implementazione di nuove strategie loyalty per aumentare il tasso di conversione



PRIORITY #2

Incremento del customer engagement

Il programma è **attivo dal 29 nov 2024** e ha durata annuale



CONCEPT

La nostra missione è creare una **comunità unica e coesa**, in cui ogni cliente sia parte integrante della **famiglia Trivellato**. Riconosciamo e celebriamo la **fedeltà** dei nostri clienti e delle loro **famiglie**, rimanendo al loro fianco per ogni passo legato alla **mobilità**.



MECCANICA

- Programma di loyalty diviso in livelli
- Logica a missioni
- Rewards differenziati in base al livello



COMUNICAZIONE

Utilizzo di touchpoints proprietari e social media



OPPORTUNITA'

T Club è un asset strategico per il raggiungimento degli obiettivi di tutta l'azienda



T Club, il programma fedeltà per i clienti del Gruppo Trivellato

Le motivazioni alla base della creazione del programma Fedeltà



Far sentire i clienti speciali

I clienti amano sentirsi speciali attraverso iniziative di sconti, discount e vantaggi riservati. Questo consente anche di instaurare una connessione emotiva con il brand.



Stabilire una relazione di fiducia

T CLUB supporterà il rapporto di fiducia con il Gruppo Trivellato. In questo modo, i clienti saranno più propensi ad estendere il loro ciclo di vita.



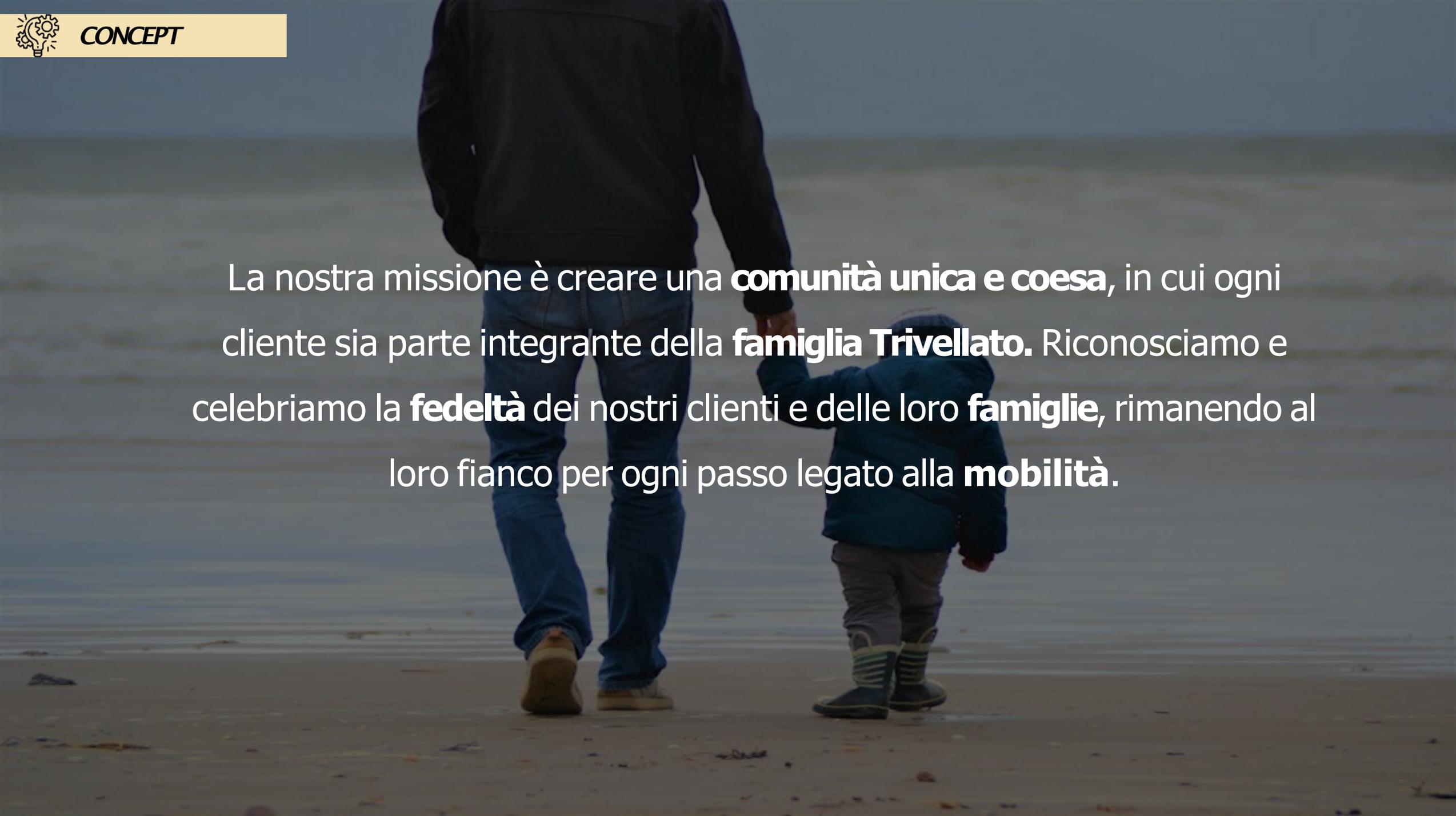
Premiare i clienti per la loro fedeltà

Al completamento delle missioni e al raggiungimento dei livelli i clienti fedeli, si sentiranno premiati per aver scelto il Gruppo Trivellato e saranno incentivati a ripetere gli acquisti in futuro per aumentare il loro livello.



Personalizzazione dei servizi

T Club aiuterà la raccolta dati sui comportamenti e le abitudini dei clienti, che permette al Gruppo Trivellato di sviluppare iniziative sempre più personalizzate

A man in a dark jacket and blue jeans is walking away from the camera on a beach, holding the hand of a small child in a blue jacket and grey pants. The background shows the ocean and a hazy sky at dusk or dawn.

La nostra missione è creare una **comunità unica e coesa**, in cui ogni cliente sia parte integrante della **famiglia Trivellato**. Riconosciamo e celebriamo la **fedeltà** dei nostri clienti e delle loro **famiglie**, rimanendo al loro fianco per ogni passo legato alla **mobilità**.



La meccanica è formata dalle logiche di acquisto, action e rewards

MECCANICA LOYALTY

LIVELLI



Ogni iscritto sarà associato ad uno dei 4 livelli

I 4 livelli di T Club

ARGENTO - Cliente **contattabile**, che non ha **mai fatto acquisti** da TRV

ORO - Cliente che ha **acquistato prodotti/servizi** di Trivellato (ma non un'auto)

DIAMANTE - Clienti che hanno acquistato uno o più veicoli e il **valore complessivo minore o uguale di €100.000,00**

PLATINO - **valore complessivo maggiore di €100.000,01**

Il cliente compiendo le **missioni** affidate può **avanzare di livello** e **sbloccare ulteriori vantaggi** esclusivi

MISSIONI



Missioni obbligatorie e a scelta per mantenere o avanzare di livello

Le missioni sono legate a:

- Disponibilità dell'iscritto a **condividere i loro dati** di contatto, le loro passioni o i veicoli nel loro garage
- Acquisti che possono essere fatti presso i service o lo Store Trivellato

VANTAGGI



Ogni livello da accesso ad una serie di vantaggi

I vantaggi sono incrementali, **cregono al crescere del livello.**

Permettono di ottenere **sconti e vantaggi per nuovi acquisti** di prodotti/servizi Trivellato, ma non solo, anche **vantaggi presso partner terzi**

T Club è stato comunicato ai clienti mediante:

Portale web dedicato



Promo dedicate



Campagne dem



Flyer





T Club è un asset strategico per il raggiungimento degli obiettivi di tutta l'azienda



03. Ambiti di progetto

CUSTOMER SATISFACTION

Grazie a T Club il Gruppo Trivellato **restituisce in modo concreto valore ai propri clienti.**

Gli sconti e i vantaggi che vengono messi a disposizione dei tier arricchiscono la relazione e la customer satisfaction dei clienti che **si sentono premiati e appagati.**

MARKETING

La creazione della community T Club ha lo scopo proprio di **far sentire ogni cliente e la sua famiglia parte integrante di Trivellato.**

In questo modo viene celebrata la fedeltà che i clienti che scelgono il Gruppo Trivellato per ogni loro necessità legata alla mobilità

COMMERCIALE

Grazie all'introduzione tra gli asset aziendali del programma T Club la forza vendita potrà creare **offerte dedicate** per i clienti iscritti al programma e quindi incrementare la remuneratività

T Club inoltre è stato pensato per modulare le missioni che gli iscritti possono compiere in base agli obiettivi di business

T CLUB