

Wincor Nixdorf e Oracle insieme per creare innovazione, cultura e formazione sul micromarketing

Alla Convention CERMES Università Bocconi le due aziende leader presentano l'"Osservatorio Loyalty Cards" e il Laboratorio On Line "Partnership4Loyalty" a 250 aziende dell'industria di marca e della GDO.

All'annuale Convention CERMES Università Bocconi, che si terrà a Milano all'Hotel Principe di Savoia il 13 marzo 2003, verranno presentati a 250 dirigenti del mondo industriale e commerciale del largo consumo i risultati di una Ricerca Multiclient sul tema del micromarketing. Per la prima volta verrà anche inaugurato un presidio permanente sul tema micromarketing, realizzato attraverso la nascita dell'"Osservatorio Loyalty Cards" e il Laboratorio On Line "Partnership4Loyalty", iniziative rese disponibili da Oracle, Wincor Nixdorf e Università di Parma con il coordinamento del Prof. Gianpiero Lugli. La Ricerca affronta il tema della segmentazione della clientela nell'analisi del database di marketing sul piano dell'innovazione, dove la padronanza delle tecniche, oltre alla condivisione delle informazioni tra distributore e fornitore, contribuiscono a individuare segmenti di consumatori rilevanti e non ancora raggiunti da proposte di marketing specifiche; dell'azionabilità nel caso in cui ci si rivolge ad uno preciso segmento di consumatori che richiede l'individuazione di una ricompensa adeguata e corrispondente; e della sensibilità relativa a segmenti di consumatori che consente di valutare il ritorno degli investimenti e la durata ottimale delle azioni di micromarketing. La Ricerca analizza anche le tecnologie più efficaci per raggiungere i contatti nel contesto in cui possono avvenire - prima, durante o dopo l'acquisto - e l'evoluzione stessa delle tecnologie di micromarketing: dalla comunicazione cartacea, a quella elettronica, sino alla comunicazione mobile. Le attività dell'Osservatorio "Loyalty in Retailing" verranno presentate in anteprima alla Convention CERMES da Fausto Caprini, Amministratore Delegato di Wincor Nixdorf Retail Consulting, e da Clara Covini, Vice President Marketing Oracle South Europe. L'obiettivo dell'Osservatorio è di creare una community di studio e confronto permanente tra le imprese industriali e commerciali da un lato e Oracle, Wincor Nixdorf e l'Università di Parma dall'altro, attraverso la realizzazione di ricerche condivise e di scambievole interesse, strumenti di aggiornamento, aggregazione e dibattito sui temi del micromarketing. Lo strumento più idoneo - individuato e progettato da Oracle, Wincor Nixdorf e Università di Parma - per scambiare il know how, sviluppare il dialogo e condividere i contenuti è il Laboratorio On Line accessibile dal sito web www.partnership4loyalty.com che si propone come "resource center" per i retailers, l'industria di marca, la comunità scientifica internazionale e la stampa. "È un progetto importante che diviene realtà e che ci consentirà di approfondire, attraverso un confronto costante, lo stato dell'arte del mercato e di cultura sul micromarketing." Afferma Fausto Caprini, Amministratore Delegato di Wincor Nixdorf Retail Consulting, e prosegue, "da un lato siamo fiduciosi di contribuire alla crescita della community mettendo a disposizione la nostra esperienza e conoscenza e dall'altro siamo pronti a recepire e valorizzare gli stimoli e le sollecitazioni delle imprese e dei retailers." Commenta Clara Covini, VP Marketing di Oracle: "Costruire relazioni

migliori con i propri clienti per alcune aziende è solo uno slogan per molte altre e' una vera necessità strategica. A queste ultime si rivolge l'importante iniziativa avviata dall'Università di Parma a cui Oracle ha aderito con entusiasmo mettendo in campo la propria esperienza e specifiche soluzioni per le imprese del retail, facendo leva sulle tecnologie più avanzate e gli strumenti più innovativi per l'analisi dei dati del cliente, la sua redditività e il loyalty marketing".

Pubblicato il: 12 marzo 2003

Fonte: [Gaia Molho](#)

Autore: [Redazione FullPress](#)

Link: <http://www.wincor-nixdorf.com>

News inserita in: [Partnership](#)

FullPress.it è una testata giornalistica registrata al Tribunale di Potenza n. 258 del 25.02.99 - FullPress Agency S.r.l. P.Iva e Cod.Fisc. 01334450762 - ©1999-2010 FullPress Agency