

Comunicato stampa

BrandLoyalty sigla la partnership internazionale con Disney EMEA

L'accordo triennale riguarderà i marchi Disney, Star Wars, Pixar e Marvel

18 luglio 2017: BrandLoyalty, leader mondiale nei programmi di fidelizzazione nel retail alimentare, sigla un accordo triennale con Disney EMEA volto a sviluppare programmi di fidelizzazione in Europa, Medio Oriente e Africa. La partnership, che sarà operativa a partire da gennaio 2018, riguarderà i brand Disney, Star Wars, Pixar e Marvel.

Una collaborazione che consolida ulteriormente il rapporto tra BrandLoyalty e Disney, che dal 2014 hanno sviluppato diverse loyalty promotion per insegne retail di tutto il mondo. Tra le best practice italiane, la celeberrima campagna Rollinz di Star Wars con Esselunga e la promozione Marvel Megapopz con Carrefour.

Analizzando i bisogni dei consumatori, le loro abitudini e le loro passioni, BrandLoyalty (parte di Alliance Data System, leader globale nei programmi di loyalty data-driven) progetta e realizza campagne promozionali e programmi fedeltà volti a incentivare il sell out. Progetti di marketing che, grazie all'implementazione di piattaforme digitali come app e augmented reality, amplificano la loro portata, dimostrandosi efficaci nel garantire migliori performance di vendita ed engagement del consumatore, fino a diventare fenomeni di costume con importanti ricadute mediatiche.

"Scegliendo un brand come Disney per programmi di fidelizzazione- spiega Jasper Rikken, Direttore Acquisti di BrandLoyalty "i retailer possono facilmente sollecitare l'immaginazione e l'interesse dei consumatori. Le nuove tecnologie inoltre ci permettono di amplificare l'efficacia di queste campagne, andando oltre l'instant win". E lo dimostrano i risultati stellari messi a segno da BrandLoyalty in occasione della campagna Star Wars con Esselunga, ulteriormente rafforzati da ricadute virali sui social e fenomeni paralleli spontanei.

Un successo sicuramente legato alla forza del brand Disney, alla meccanica ideata da BrandLoyalty ma anche al perfetto time to market della promozione, pianificata intercettando il vigore del lancio cinematografico. *"Un tempismo che sicuramente potremo replicare nei prossimi anni proprio grazie al nuovo accordo con Disney che ci permetterà di proporre programmi esclusivi messi a punto con il corretto timing",* commenta Stefano Araldi - General Manager BrandLoyalty Italia. *"Collaborare con Disney è da sempre fonte di grande ispirazione reciproca. La nuova partnership, siglata proprio quest'anno in cui celebriamo i 10 anni di attività in Italia, ci consentirà di essere sempre più innovativi ed efficaci, consolidando il nostro ruolo di punto di riferimento nel mercato loyalty italiano".*

"L'accordo con Disney offre importanti opportunità per entrambe le società nei mercati di riferimento - commenta Bryan Pearson, Presidente e CEO di LoyaltyOne, società anch'essa parte di ADS. Da un lato BrandLoyalty potrà avvalersi della notorietà planetaria di questi marchi per realizzare campagne appassionanti. Dall'altro, coordinando i tempi di lancio, Disney beneficerà di una cassa di risonanza con ricadute virali come è successo in Italia per Star Wars".

Company Profile BrandLoyalty

BrandLoyalty è leader mondiale nei programmi di fidelizzazione innovativi e personalizzati sulle esigenze dei retailer del settore alimentare. Attiva in 50 paesi, sostiene i propri clienti da 20 filiali in Europa, Asia, Africa e America. Dal 1995, anno della sua fondazione, BrandLoyalty ha implementato più di 3.000 programmi di fedeltà di successo. Dal 2014 parte di LoyaltyOne (leader mondiale nella progettazione e realizzazione di coalition loyalty program), BrandLoyalty ha un vantaggio competitivo anche sul fronte della business intelligence applicata ai programmi di loyalty grazie alle competenze acquisite in questo settore dalla capogruppo Alliance Data System (Fortune 500 company).

Per ulteriori informazioni, vi invitiamo a visitare il sito www.brandloyalty-int.com.

Company Profile Alliance Data System

Alliance Data® (NYSE: ADS), con quartier generale in Texas, 17.000 collaboratori e 100 filiali nel mondo, è fornitore mondiale leader nei programmi di loyalty data-driven per grandi brand mass market. La società crea e distribuisce soluzioni personalizzate che portano a modificare le abitudini di consumo, con evidenti vantaggi in termini di profitto per i brand. ADS aiuta i propri clienti a creare e ad aumentare la fedeltà dei consumatori, attraverso soluzioni che li coinvolgono quotidianamente creando occasioni di contatto multicanale.

Per la stampa:

PinKommunication – Ufficio Stampa BrandLoyalty

Cristina Cortellezzi - Laura Premoli

info@pinkommunication.it

www.pinkommunication.it

Tel. + 39 02-89077160/49

Skype: cristina.cortellezzi

Per il pubblico:

BrandLoyalty

www.brandloyalty-int.com