

Arriva 'My Fidelity App': Confesercenti, Rivoli e Grugliasco per fidelizzare i clienti



per tutti e soprattutto una tassazione adeguata, che per i players internazionali è finora mancata». «La Camera di commercio supporta questa importante iniziativa nella convinzione che il futuro dei piccoli negozi di vicinato passi inevitabilmente attraverso la digitalizzazione - precisa il segretario generale Guido Bolatto - I benefici

DA META febbraio

si potrà scaricare gratuitamente sul proprio smartphone My Fidelity App, un'applicazione predisposta dalla Confesercenti di Torino, finanziata da Camera di commercio di Torino e dai comuni di Rivoli, Grugliasco e Nichelino. My Fidelity App premia i clienti fedeli (tutti, non solo quelli residenti nei tre Comuni) e aiuta gli esercenti a fidelizzarli. Grazie ad essa i consumatori potranno fare acquisti e ottenere sconti nei negozi aderenti.

Come? Al momento dell'acquisto basterà comunicare all'esercente il codice utente per ricevere un buono sconto da utilizzare entro 15 giorni all'interno dei negozi del circuito. Quali sono i vantaggi per gli esercenti? Grazie a My Fidelity App gli utenti avranno modo di trovare facilmente le attività commerciali e visualizzare le promozioni in corso di ciascun negozio. A questo punto, l'utente non dovrà far altro che trovare la sua offerta all'interno dell'app, recarsi presso il punto vendita e riscattare lo sconto acquistando un prodotto. Uno strumento di fidelizzazione per far crescere la visibilità delle attività commerciali e acquisire nuovi clienti. Ogni attività commerciale sarà dotata di merchandising per pubblicizzare il servizio presso il proprio punto vendita.

My Fidelity App è un progetto di Confesercenti, realizzato in collaborazione con i Comuni di Grugliasco, Nichelino e Rivoli e con il sostegno della Camera di commercio. «Si tratta - sottolinea Giancarlo Bianchieri, presidente di Confesercenti - di un'importante strumento che può consentire anche ai negozi di vicinato di utilizzare le opportunità offerte dal web e dalle nuove tecnologie. La sfida per i negozi è proprio questa: adeguare la propria offerta alle nuove abitudini di vita e di consumo. Anche i piccoli ce la possono fare, senza farsi travolgere dalle grandi piattaforme. È una sfida impegnativa che tanti hanno raccolto e raccoglieranno, ma è necessario mettere le piccole imprese in condizioni di operare ad armi pari con i giganti del web: sono necessarie regole uguali



delle nuove tecnologie, che quotidianamente illustriamo agli imprenditori attraverso la formazione gratuita offerta dal nostro Punto Impresa Digitale, sono molteplici: servizi personalizzati, nuovi sistemi di pagamento, fidelizzazione, marketing di prossimità sono strumenti efficaci che possono rivitalizzare quella clientela che, anche a seguito della crisi sanitaria, si è rivolta ad altri canali di vendita».

«Ma come in questo momento è fondamentale sostenere il commercio di vicinato, gravemente colpito dall'emergenza economica in atto - ribadiscono il sindaco di Grugliasco Roberto Monà e l'assessore al commercio Gabriella Borio - Molti esercenti si stanno faticosamente innovando per superare la crisi e l'amministrazione desidera essere al loro fianco per supportarli, incentivando i cittadini a fare acquisti negli esercizi presenti sul territorio, fidelizzando la clientela attraverso operazioni di marketing congiunte, nell'ottica dell'ottimizzazione dei costi e del potenziamento dei risultati, offrendo al commercio di vicinato concrete opportunità di implementazione della propria competitività nel sistema economico». «Con questa operazione - aggiunge il sindaco - si supporta non solo l'economia locale a salvaguardia della qualità della vendita al dettaglio, della diversificazione del prodotto e del rapporto personale con il cliente, ma anche il valore aggiunto che i negozi di vicinato apportano in termini di presidio del territorio e di sicurezza». «In questo momento storico, il commercio di vicinato ha ancora di più bisogno di tutto il sostegno possibile - incalza l'assessore al commercio di Rivoli, Paolo Dabbene - Con questa iniziativa si cerca di creare un vero e proprio centro commerciale all'aperto nella nostra città, dove si possono soddisfare non solo tutte le esigenze, ma si può anche risparmiare creando rete tra le varie attività. Questo è un primo passo concreto per unire le forze per ampliare e sostenere altri progetti digitali per i piccoli commercianti».

Paolo Pacco