

# Gamification: la strategia di Vittoria Assicurazioni per incrementare la retention e premiare la fedeltà dei consumatori

23 Luglio 2019

**La customer experience sta assumendo un ruolo sempre più centrale e impattante nelle strategie marketing dei brand. Oggi, il successo di un'azienda è determinato anche e soprattutto dalla relazione che si instaura con il cliente e dall'esperienza che vive interagendo con il brand stesso.**

In quest'ottica **Vittoria Assicurazioni** ha elaborato una nuova strategia di marketing: la **gamification**.

Da novembre 2018 a maggio 2019, a sostegno del programma di loyalty **Vittoria Doppio Vantaggio**, la Compagnia ha organizzato le **Vittoriadi**, un **Data Game** pensato e realizzato per fidelizzare e premiare i propri assicurati secondo le logiche del gioco. Un strumento di marketing estremamente performante che ha registrato un **incremento della customer base iscritta al programma del 57%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Il gioco, fruibile sia da mobile che da desktop attraverso il sito del loyalty program, era articolato in sei sfide – una al mese – e altrettanti "allori" da conquistare non solo per partecipare all'estrazione finale, ma anche per accumulare punti sull'intero circuito Doppio Vantaggio. Integrando abilmente sia l'aspetto ludico che quello competitivo in

una perfetta combinazione di creatività e tecnologia, le Vittoriadi hanno realizzato un tasso di engagement oltre le aspettative che racchiudeva un duplice scopo. Da una parte educare i clienti sui valori che da sempre caratterizzano la Compagnia in modo divertente, dall'altra rafforzare la relazione tra brand e consumatore per incrementarne la retention.

Le Vittoriadi hanno arricchito Vittoria Doppio Vantaggio, il consolidato programma fedeltà della Compagnia attivo dal 2015 e basato su dinamiche di cash back a punti, vantaggi e sconti. Il programma, che è a tutti gli effetti una raccolta punti, si contraddistingue sul mercato in virtù di un innovativo sistema di premiazione: oltre ad ottenere interessanti agevolazioni all'interno del sistema Vittoria, il cliente ha infatti la possibilità di accedere alle significative offerte di un ricco network di partner convenzionati come ad esempio Coop, Enel, eDreams, La Feltrinelli, Philips, Stroili, Tigotà o Vodafone. Un elemento distintivo e differenziante che rende la proposta di Vittoria all'avanguardia nel settore assicurativo.