

## Comunicato Stampa

Milano, 22 luglio 2019

### About Vittoria Assicurazioni

Vittoria Assicurazioni è una compagnia indipendente costituita nel 1921 con sede a Milano. La società opera in tutti i Rami Danni e Vita sull'intero territorio nazionale attraverso una capillare organizzazione commerciale e si propone come l'assicuratore delle famiglie e delle piccole e medie imprese.

Vittoria Assicurazioni è soggetta all'attività di direzione e coordinamento della Capogruppo Yafa S.p.A.

### Sede e Direzione Generale

Via Ignazio Gardella, 2  
20149 Milano, Italia  
T +39 02 48219.1  
F +39 02 48203693  
[www.vittoriaassicurazioni.com](http://www.vittoriaassicurazioni.com)

### Ufficio Stampa: Doppia Elica

Gloria Dal Molin  
T. +39 02 40303461  
M. +39 393 8291512  
[g.dalmolin@doppiaelica.com](mailto:g.dalmolin@doppiaelica.com)

Roberta Parrinello  
T. +39 02 40303467  
[r.parrinello@doppiaelica.com](mailto:r.parrinello@doppiaelica.com)

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

**Grande successo per le Vittoriadi, un mix di creatività e tecnologia ideato dalla Compagnia, che ha aumentato la customer base iscritta al programma Vittoria Doppio Vantaggio del 57%**

La **customer experience** sta assumendo un ruolo sempre più centrale e impattante nelle strategie marketing dei brand. Oggi, il successo di un'azienda non è infatti determinato solo dal prodotto o dal prezzo, ma anche e soprattutto dalla relazione che si instaura con il cliente e dall'esperienza che vive interagendo con il brand stesso. Un elemento chiave che [Vittoria Assicurazioni](http://www.vittoriaassicurazioni.com), società italiana attiva nel campo assicurativo per la tutela delle persone, delle famiglie e delle aziende, ha saputo comprendere e tradurre in una **strategia di marketing** vincente: 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.

*“Il successo di questa iniziativa si misura nel netto incremento del tasso di fedeltà riscontrato nei clienti aderenti al programma, in termini non solo di acquisiti ma anche di interazione con il brand – dichiara **Luciano Chillemi, Responsabile Comunicazione Istituzionale e Customer Care di Vittoria Assicurazioni** – Creare una relazione sempre più esclusiva e duratura con l'assicurato grazie a questo approccio alla loyalty è un asset strategico per Vittoria Assicurazioni perché permette di renderlo anche un vero e proprio ambassador del brand”.*