



# Goldenpoint: gestire omnicanalità e Loyalty con SAP Emarsys

**SAP Emarsys per incrementare le vendite e gestire un Loyalty Program strutturato.**

Goldenpoint, azienda leader nel settore della calzetteria e dell'intimo, è presente sul territorio italiano con 400 stores e possiede un proprio e-commerce per la vendita online. Il brand si distingue nel mercato per la qualità del prodotto e per riservare particolare attenzione all'esperienza d'acquisto del cliente, sia online che in negozio.

L'adozione di tecnologie innovative è parte integrante della sua strategia, che mira a rafforzare la relazione con i suoi clienti, attraverso personalizzazione e fidelizzazione progressiva.

Goldenpoint ha deciso di affidarsi a SAP Emarsys e a Deda Digital , la business unit dedicata alla Customer Experience di Derga Consulting.

goldenpoint

Featured Partner

**DERGA**  
CONSULTING

**deda.digital**  
transformation together



## Opportunità e Risultati del progetto SAP Emarsys

### Sfide e opportunità:

- Strutturare in maniera efficiente e potenziare il proprio Loyalty Program
- Necessità di incrementare i ricavi e-commerce e orchestrare comunicazioni e vendite

### Perché SAP Emarsys:

- Per la capacità di erogare piani Loyalty evoluti
- Per la capacità di integrare dati dei contatti delle vendite dei prodotti e dei comportamenti online
- Per l'omnicanalità delle comunicazioni marketing e l'orchestrazione del le vendite online e offline

### Perché Derga e Deda Digital:

- Per l'esperienza nell'implementazione di SAP Emarsys
- Per la capacità di comprendere le strategie marketing in essere ed evolverle insieme al cliente grazie a SAP Emarsys
- Per il supporto continuo e la consulenza strategica mirata a ottimizzare i flussi automatizzati

### Dopo: Risultati (da Gennaio 2023 a Dicembre 2023):

- Porting dati e implementazione Loyalty da precedente piattaforma legacy
- Clienti Loyalty: +192% YoY
- Ricavi Loyalty YoY: +96% YoY
- Ricavi e-commerce: +16% YoY
- Scontrino medio cliente Loyalty vs cliente non Loyalty: +84%

“Siamo molto soddisfatti dell’implementazione del nostro programma Loyalty su SAP Emarsys e dei risultati raggiunti, che ci hanno permesso di aumentare gli iscritti e personalizzare le esperienze dei nostri clienti. Questa innovazione ha segnato un punto di svolta nella strategia di engagement e della gestione della loyalty, portando a un aumento della soddisfazione dei clienti e della loro fedeltà verso Goldenpoint”

Filippo Taino, General Manager Goldenpoint

**+192%**

Clienti Loyalty YoY

**+96%**

Ricavi Loyalty YoY

**+84%**

Scontrino medio cliente Loyalty vs non Loyalty

**+16%**

Ricavi e commerce YoY

### Featured Partner

**DERGA**  
CONSULTING

**deda.digital**  
transformation together

Nome Cliente  
Goldenpoint

Settore industriale  
Fashion

Prodotti e servizi  
Abbigliamento e Intimo

Soluzioni implementate  
SAP Emarsys Customer Engagement



# SAP Emarsys per incrementare le vendite e gestire un Loyalty Program strutturato

Questa implementazione ha segnato un'evoluzione nella gestione e nella sistematizzazione della loyalty, permettendo una segmentazione avanzata dei clienti e l'introduzione di un sistema di punteggi, livelli e benefit personalizzati, migliorando significativamente l'esperienza di fidelizzazione lungo l'intera customer journey. Inoltre, il progetto implementato ha reso possibile la gestione di una comunicazione omnicanale, coinvolgendo email, SMS e comunicazioni web, per un'interazione coerente e personalizzata con i clienti attraverso tutti i touchpoint, migliorando così l'orchestrazione delle vendite online e offline.

goldenpoint

Featured Partner

**DERGA**  
CONSULTING

**deda.digital**  
transformation together





goldenpoint

# Soluzioni e Servizi Implementati

Nel progetto per Goldenpoint , Deda Digital ha effettuato il porting della Loyalty da un sistema legacy a **SAP Emarsys**, strutturando un programma più affidabile ed evoluto basato su più livelli e benefit personalizzati. Sono stati creati flussi automatizzati specifici sul Loyalty Program, in grado di attivare benefit legati al benvenuto nel programma, al compleanno e al passaggio del contatto tra i livelli. Inoltre, è stata sviluppata una strategia omnicanale basata su email, SMS e sito web, potenziata da una segmentazione avanzata del database.

Questa implementazione ha permesso una maggior sinergia tra e-commerce e negozi fisici, offrendo un'esperienza d'acquisto uniforme, rafforzando l'engagement dei clienti e le vendite sia online che offline.

## SAP Emarsys Customer Engagement con:

- Core Module
- E-commerce accelerator
- OmniChannel Marketing
- Offline Module
- Loyalty Module

Featured Partner

**DERGA**  
CONSULTING

**deda.digital**  
transformation together

