



**La diffusione di Smartphone esploderà nel corso dei prossimi 3 anni.**

**Le stime degli Osservatori del Politecnico di Milano sul mercato italiano per il 2012 parlano di oltre 32 milioni di device che diventeranno quasi 50 milioni nel 2015.**

**Entro fine anno crescerà in maniera significativa (+142%) anche la vendita di prodotti e servizi attraverso cellulari (Mobile Commerce), per un valore di quasi 180 milioni di Euro. E 1 merchant su 2 ha attivato un'iniziativa per smartphone.**

**Gli italiani sono pronti a utilizzare i servizi mobile offerti dalle aziende per agevolare i loro acquisti.**

## **Beenz: per far felici i clienti basta un fagiolo**

**Regala Beenz ai fan che interagiscono con il tuo brand, trasformali in evangelist e incrementa il loro potere d'acquisto**

**Milano, 25 ottobre 2012** – Le aziende dedicano molte risorse per incrementare i clienti che acquistano i loro prodotti e servizi e per aumentare i fan delle pagine dedicate al proprio brand nei social media. Ma ottengono il ritorno desiderato? Come emerge da una ricerca di Duepuntozero Research - Doxa, dei 21 milioni di utenti attivi su Facebook in Italia, circa 14 milioni aderiscono ad almeno una fanpage di un brand su Facebook. Ma il 64% di questi è pigro: si limita a guardarla da lontano, pubblica pochi post e raramente partecipa raccontando la propria esperienza. Emerge tuttavia un dato interessante finora sottovalutato: circa il 90% di chi segue una brand community online desidera ricevere sconti e promozioni.

Beenz soddisfa il desiderio degli utenti di essere premiati per i propri post, tweet e condivisioni legati a un brand e ne fa l'ingrediente principale di una ricetta in grado di stuzzicarli e coinvolgerli in azioni a valore: l'Economia della Ricompensa, l'economia che riconosce il valore di quelle che sono vere e proprie azioni di marketing compiute ogni giorno dai clienti in modo gratuito.

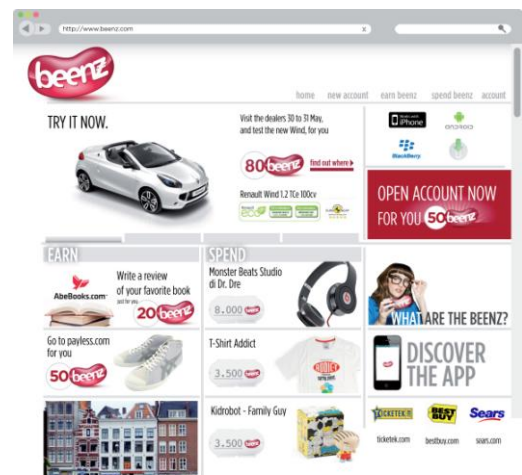
Lo fa attraverso una modalità semplice e appetitosa sia per l'azienda che per l'utente finale: Beenz regala fagioli, i beenz.

I beenz sono un piccolo incentivo, semplice e immediato: fagioli virtuali da accumulare per convertirli in buoni da spendere dove si vuole all'interno del network Beenz.

Il cliente non può comprarli. Non può scambiarli. Li può ottenere gratuitamente interagendo con chi li offre in rete o nella distribuzione tradizionale a fronte della partecipazione ad attività di engagement e call-to-action promosse dalle aziende partner della community Beenz. Ed è proprio questo che farà diventare Beenz un gioco divertente e contagioso.

La varietà di azioni, a cui può essere associata la fornitura di beenz, è potenzialmente infinita: scrivere recensioni, rispondere a sondaggi, effettuare il check-in in negozi, fotografare i codice a barre, iscriversi a newsletter, partecipare a eventi, consigliare prodotti agli amici e molto altro ancora.

Beenz è, infatti, uno strumento estremamente flessibile e



cross-merchant: permette alle aziende di associare la fornitura di beenz al tipo di interazione che ritengono più strategica, stabilendo la quantità di beenz da fornire come ricompensa.

La soddisfazione dei clienti e il loro coinvolgimento in interazioni frequenti con il brand sono la garanzia più efficace del ritorno sull'investimento.

Per riscattare i beenz accumulati, i clienti hanno a disposizione un'ampia gamma di soluzioni accattivanti, destinate a diventare un forte incentivo a incrementare la raccolta di beenz fino a scatenare una vera e propria beenz-mania: buoni acquisto per lo shopping online e offline, buoni carburante, regali, abbonamenti a riviste, biglietti aerei o pernottamenti presso i migliori hotel, così come biglietti per concerti o gift card e molto altro ancora in un network di partner affidabili e di qualità.  
semplice ed efficace.

Beenz fornisce, infatti, alle aziende partner una piattaforma multi-canale in grado di raggiungere i clienti su qualsiasi dispositivo, anche mobile, offrendo la massima visibilità e comodità sia di utilizzo che di raccolta dei beenz da parte dell'utente, ovunque si trovi.

Sul sito Beenz.com i clienti potranno sia conoscere i partner commerciali che offrono i beenz e i punti vendita presso cui ottenerli, che verificare la quantità di beenz accumulati e le opportunità di sconto e di acquisto con le quali convertirli.

Scaricando invece la app per iPhone, smartphone Android o Blackberry, sarà inoltre possibile ricevere offerte e sconti da poter utilizzare immediatamente presso il rivenditore più vicino alla propria posizione. L'app Beenz segnalerà inoltre il percorso più breve per raggiungere il punto vendita mentre, all'interno dei negozi, permetterà di guadagnare ulteriori beenz attraverso la scansione dei codici a barre dei prodotti o dell'area del negozio dove si fa check-in

Anche i social media saranno coinvolti nella comunicazione di call-to-action e promozioni: il sito web e le app permetteranno ai clienti di condividere con gli amici su Facebook e con i follower su Twitter le proposte ricevute per guadagnare o spendere i beenz. Gli utenti finali diventano così veri e propri evangelist della raccolta dei beenz e dei brand partner presso i propri amici, rendendo il gioco e l'accumulo virali con ogni loro azione.

Ai propri clienti è possibile chiedere ben più di un "mi piace" sulla fanpage di Facebook. Da oggi è possibile renderli protagonisti delle proprie attività di comunicazione. Grazie all'Economia delle Ricompensa, il budget marketing si sposta dalle campagne pubblicitarie alle tasche degli utenti finali, aumentandone così sia il potere d'acquisto che l'attività social a favore del brand.

E per fare tutto questo non è necessario promettere la luna. Basta un beenz!

\*\*\*

#### **Beenz.com**

Beenz.com è la nuova piattaforma di rewarding che consente alle aziende di remunerare i propri utenti - i Beenzer - offrendo loro i beenz in cambio delle interazioni che desiderano ottenere: acquisti, recensioni, partecipazione a sondaggi, scansione di codici a barre, sottoscrizione a newsletter o semplicemente la partecipazione a una caccia al tesoro. Tutto dipende dall'immaginazione dei partner.

I beenz sono equiparabili a veri e propri punti che si possono ottenere esclusivamente facendo delle azioni o comprando dei prodotti. Gli utenti non possono acquistarli né scambiarli: possono solo averli in omaggio.

Grazie alle app per iPhone, Android e Blackberry, Beenz.com è al tempo stesso multi-merchant e cross-channel e basa il proprio modello di business su un sistema a performance, garantendo quindi ai propri partner la certezza del ritorno sull'investimento.

Beenz.com è anche social: grazie all'integrazione con Facebook e Twitter i Beenzer possono condividere con i propri amici le promozioni a cui hanno aderito, consentendo anche a loro di partecipare.

I Beenzer sono sempre in movimento per raccogliere beenz ovunque si trovino: online ma anche nei negozi, in metropolitana, al lavoro o in vacanza.

Visita beenz.com e preparati anche tu a raccogliere beenz: è facile e divertente.

Per informazioni:

Beenz Europe B.V.  
Jacob Catskade 35 D  
1052 BT Amsterdam - The Netherlands  
T +31 (0)20 8080060  
[www.beenz.com](http://www.beenz.com)  
[Sales.italy@beenz.com](mailto:Sales.italy@beenz.com)

Ufficio stampa  
Mirandola Comunicazione  
Marisandra Lizzi – Marco Ferrario  
[marisandra@mirandola.net](mailto:marisandra@mirandola.net); [marco.ferrario@mirandola.net](mailto:marco.ferrario@mirandola.net)  
[beenz@mirandola.net](mailto:beenz@mirandola.net)  
+39 0524574708  
+39 348 361 50 42 - +39 320 791 01 62