

Capitolo 21

D1 *I vantaggi della fedeltà* (pagina 515)

Si analizzi l'offerta della carta fedeltà delle catene librerie Feltrinelli e se descrivano i vantaggi nei termini schematici della figura 21.2

D2 *La fedeltà poligama* (pagina 517)

Si può essere fedeli a due brand contemporaneamente? Si analizzi il caso delle multi-sim nei servizi di telefonia mobile e si argomenta in merito ai vantaggi ricercati dal consumatore.

D3 *Le tipologie di clienti in relazione alla fedeltà* (pagina 523)

Si analizzi la figura 21.6 e si esemplifichi ciascuna delle classi di clienti descritte con riferimento a casi reali.

D4 *Il Churn Rate* (pagina 528)

Si analizzino parallelamente le offerte "passa a ..." di Wind e Vodafone e si identifichino analogie e differenze. In che modo ciascun player cerca di aumentare il churn rate del concorrente?

D5 *Gli strumenti* (pagina 531)

Si analizzi l'offerta famiglie di Eni e si identifichino gli strumenti attraverso i quali la fidelizzazione viene proposta in ottica di condivisione di vantaggi.