



THE BOOK SOCIETY - EVENTI LETTERARI PER VERI APPASSIONATI

Concetti e risorse

SCALETTA DELLA DISCUSSIONE

ARGOMENTI DA TRATTARE

Descrizione libreria

Descrizione evento

Analisi VRIO

Analisi RFM



CHI SIAMO

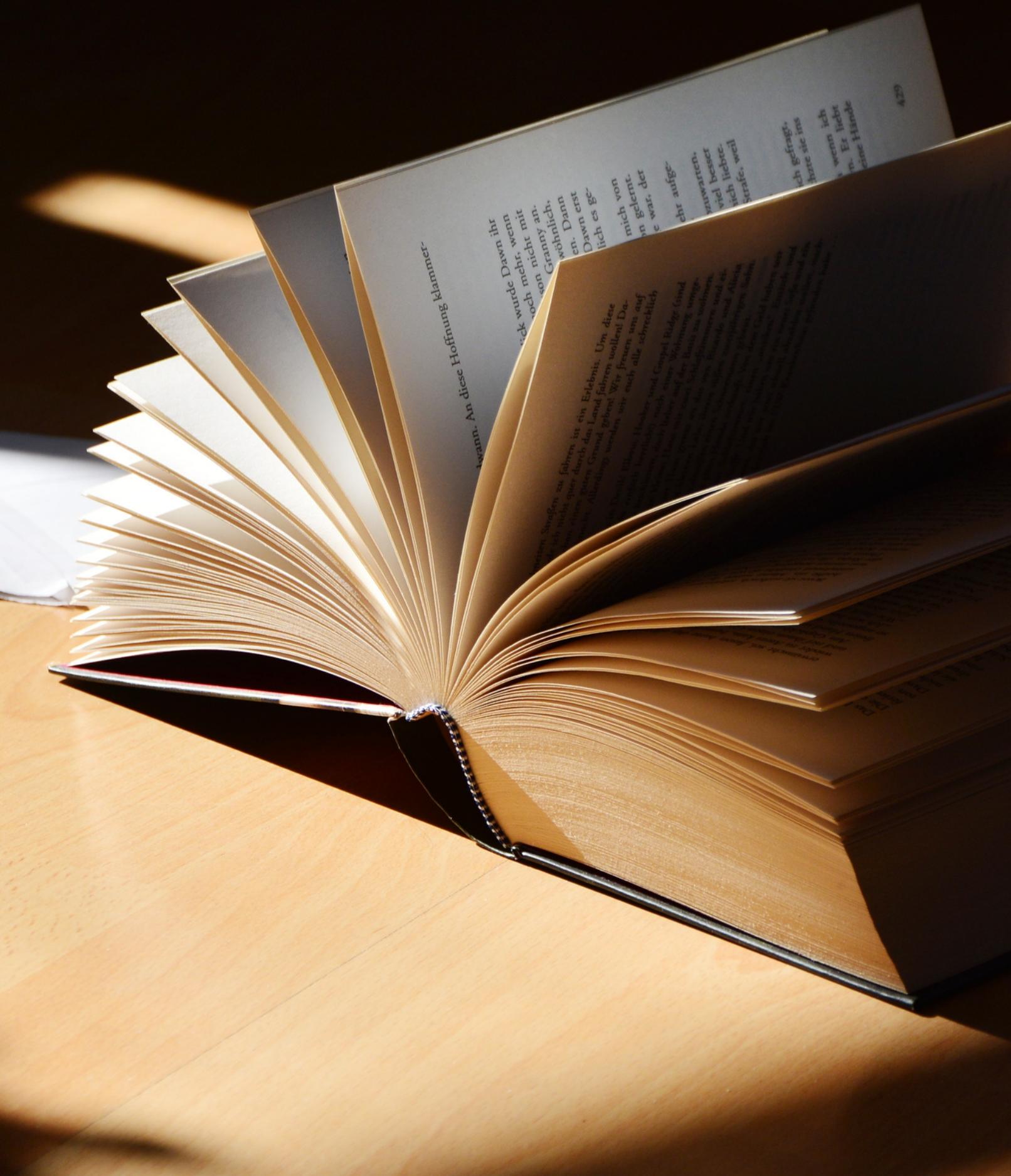
The Book Society è una grande libreria situata a Roma, che conta una base di 900 clienti affezionati. La libreria si distingue per la sua vasta selezione di libri di alta qualità, nonché per la sua abilità di organizzare eventi letterari unici e coinvolgenti.

La Book Society è un luogo ideale per gli appassionati di letteratura e cultura, non solo per la vasta scelta di libri, ma anche per i suoi eventi letterari esclusivi, che offrono la possibilità di incontrare gli autori, partecipare a presentazioni di libri, a dibattiti e a discussioni letterarie.

Inoltre, la libreria organizza regolarmente laboratori per bambini, workshop per scrittori emergenti e corsi di lettura creativa. The Book Society è dunque un luogo che va oltre il semplice acquisto di libri, ma diventa un'esperienza culturale completa, in cui la passione per la letteratura e la condivisione delle idee trovano il loro spazio ideale.

L'EVENTO

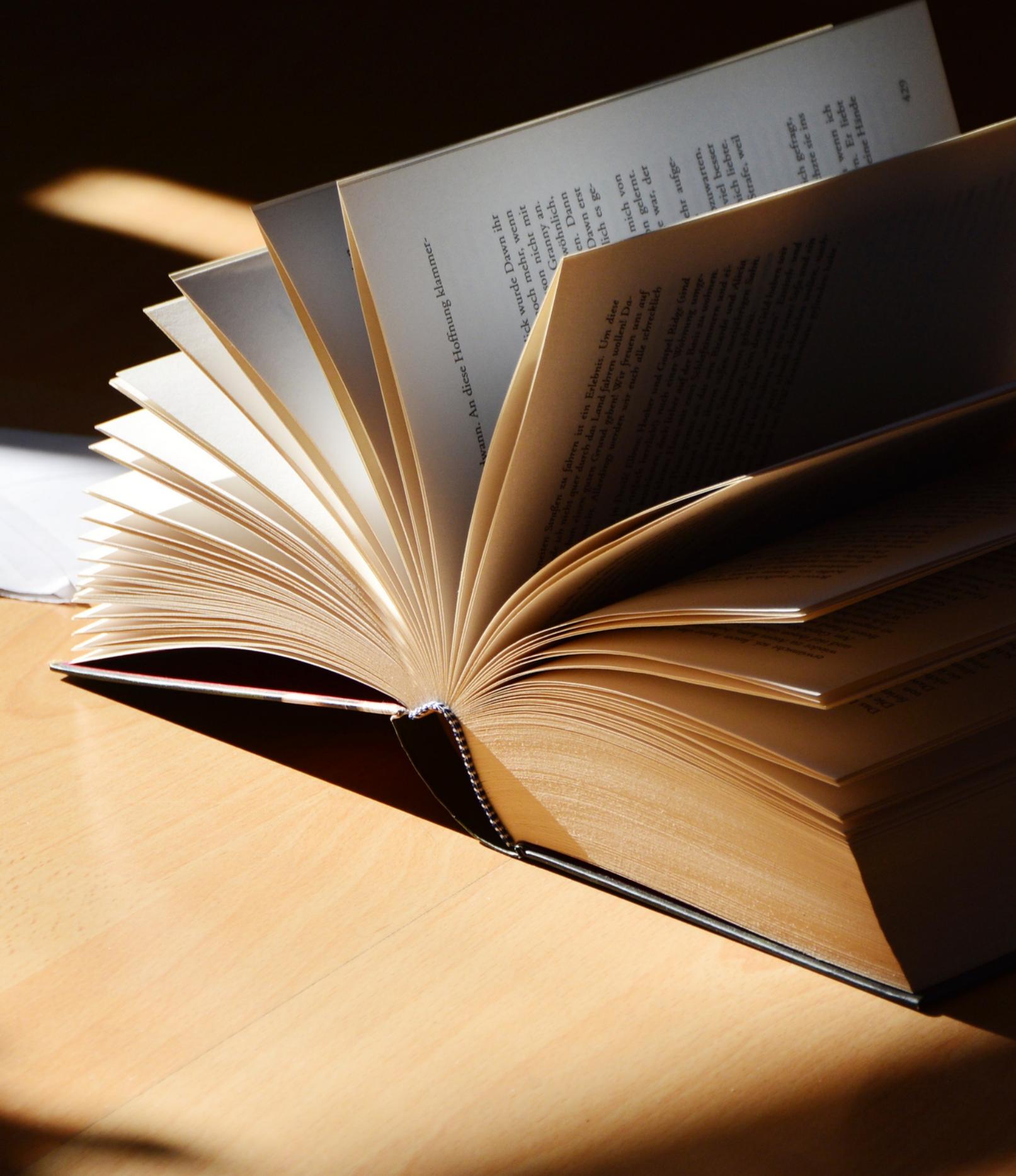
The Book Society ha deciso di organizzare un evento esclusivo per tutti i titolari della tessera della libreria, con l'obiettivo di premiare i propri clienti più fedeli e appassionati. L'evento prevede una lotteria, con la possibilità di vincere un libro introvabile e raro. Durante la serata, verrà presentato il libro in questione da parte dell'autore o di un esperto del settore, che illustrerà la storia e le caratteristiche del volume. Inoltre, durante l'evento, ci saranno dei laboratori e dei workshop sulla lettura creativa, tenuti dai collaboratori della libreria. Questi laboratori permetteranno ai partecipanti di scoprire nuove tecniche di lettura e di approfondire la conoscenza dei libri presentati alla lotteria. La partecipazione all'evento è riservata ai titolari della tessera della libreria, che potranno partecipare alla lotteria semplicemente presentandosi alla serata. Non è richiesta alcuna spesa minima per partecipare all'evento, in modo da premiare tutti i clienti fedeli e appassionati. In questo modo, The Book Society vuole offrire un evento esclusivo e di qualità ai propri clienti, in linea con i valori di eccellenza e innovazione che guidano la sua attività. Siamo certi che sarà una serata indimenticabile per tutti gli appassionati di libri e di cultura.



L'EVENTO

Siamo lieti di aggiungere che i libri della lotteria saranno tre, uno per ognuna delle tre fasce di prezzo dei nostri clienti. In questo modo, vogliamo premiare tutti i nostri clienti fedeli e appassionati, offrendo loro la possibilità di vincere un libro introvabile e raro appartenente alla fascia di prezzo a cui sono maggiormente interessati.

Siamo certi che l'evento sarà un'occasione unica per tutti gli appassionati di libri e di cultura, che potranno partecipare ai laboratori e ai workshop sulla lettura creativa, scoprendo nuove tecniche di lettura e approfondendo la conoscenza dei libri presentati alla lotteria.



L'EVENTO SECONDO L'ANALISI VRIO

- Valore: l'evento offre un'esperienza esclusiva e di qualità ai titolari della tessera della libreria, premiando i propri clienti più fedeli e appassionati. Inoltre, la lotteria permette ai partecipanti di vincere un libro introvabile e raro, aumentando il valore dell'esperienza complessiva.
- Rarità: la possibilità di vincere un libro introvabile e raro nella lotteria dell'evento è un'opportunità unica per i partecipanti, aumentando la rarità dell'esperienza e dei premi offerti.
- Impossibilità di imitazione: l'esperienza offerta dall'evento organizzato da The Book Society è difficile da imitare da parte di altre librerie o organizzazioni simili, poiché è basata sulla relazione con i clienti e sulla fedeltà dei titolari della tessera della libreria
- Organizzazione: l'evento è organizzato dalla The Book Society, che ha una lunga esperienza nel settore librario e ha costruito una reputazione solida e riconosciuta a livello nazionale e internazionale. L'organizzazione dell'evento richiede risorse e competenze specifiche, che non sono facilmente replicabili da altri concorrenti.



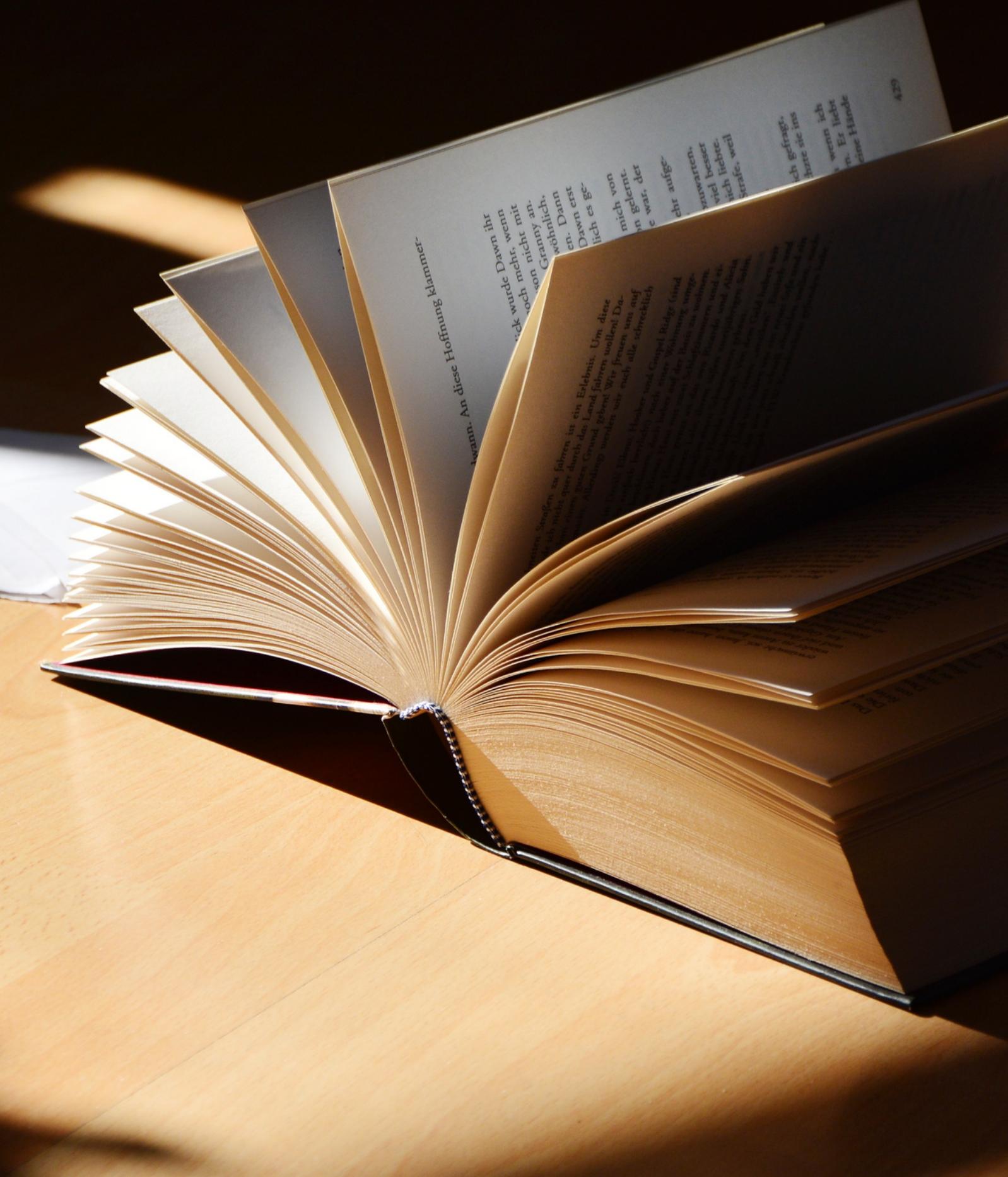
L'EVENTO

PERCHE' ABBIAMO DECISO DI FARE QUESTO EVENTO?

In seguito all'analisi RFM effettuata sulla nostra lista clienti, abbiamo constatato che una buona parte di essa è costituita da clienti che non hanno ancora effettuato acquisti nei nostri punti vendita. Per far fronte a questo problema e coinvolgere questi clienti potenziali, abbiamo deciso di creare un evento che possa suscitare il loro interesse verso la nostra attività. L'evento include anche dei workshop volti a migliorare le loro abilità nella letteratura, offrendo così un'esperienza di qualità e migliorando l'immagine della nostra attività.

L'obiettivo principale di questo evento è quello di attivare un maggior numero di clienti, soprattutto quelli che non hanno mai effettuato acquisti da noi. Allo stesso tempo, vogliamo migliorare l'esperienza dei nostri clienti attivi, offrendo loro un'opportunità unica di approfondire le loro conoscenze letterarie.

In questo modo, speriamo di migliorare la nostra attività e di attrarre nuovi clienti, sia attraverso la partecipazione all'evento, sia attraverso la condivisione dell'esperienza con amici e familiari. Con questo evento, cerchiamo di dimostrare la nostra attenzione nei confronti dei nostri clienti e la nostra volontà di offrire loro un'esperienza di qualità e di valore.



ANALISI RFM

ANALISI DEL MODELLO RFM

Analisi del modello RFM: Il modello RFM è uno strumento di segmentazione dei clienti che valuta tre fattori:

- **Recency (recenza):** quando è stata l'ultima volta che il cliente ha acquistato un prodotto o servizio?
- **Frequency (frequenza):** quanti acquisti ha effettuato il cliente in un determinato periodo di tempo?
- **Monetary value (valore monetario).** qual è il valore totale degli acquisti del cliente?

In base all'analisi RFM, possiamo identificare i segmenti di clienti più importanti e definire una strategia di marketing mirata per ciascun segmento.

ANALISI RFM

Dalla tabella RFM è possibile constatare la recency, ovvero l'ultima volta in cui il cliente ha effettuato un acquisto, e siamo in grado di individuare i mesi in cui gli acquisti sono stati maggiori. Per quanto riguarda la frequency, non è possibile stabilire alcun dato poiché tutti gli acquisti sono univoci. Infine, per quanto riguarda il monetary, disponiamo del valore massimo speso da ciascun cliente, ma non abbiamo informazioni riguardo al numero totale di acquisti effettuati.

