



IQUII, la Digital Company, parte del Gruppo Be, accompagnerà la Federazione Italiana Rugby nel completamento dell'attuale Sport Platform grazie all'introduzione di Fanize, la piattaforma di fan engagement che permette di valorizzare il rapporto con gli utenti

Roma, 15 marzo. Il contesto in cui viviamo è caratterizzato da velocità e continua ricerca di esperienze esclusive attraverso tutti i canali a disposizione, online e offline. Nello sport, la relazione brand-fan è l'elemento fondamentale per una costante creazione di valore a più livelli verso tutti gli stakeholder potenzialmente coinvolti ed è uno degli obiettivi principali alla base della partnership tra la Federazione Italiana Rugby e IQUII, confermata Official Digital Partner con l' [accordo firmato per il triennio 2019-2021](#) .

Oggi, con l'integrazione della piattaforma di Fan engagement [Fanize](#) , la Sport Platform della FIR si completa aggiungendo al progetto nuove funzionalità e nuove opportunità.

Fanize è la piattaforma di data engagement, acquisition ed enrichment sviluppata da IQUII

basata su logiche a missioni, reward e meccaniche di gamification, che permette di comprendere il comportamento e le diverse azioni effettuate dagli utenti sia nel digitale che nel fisico.

Fanize è in grado di garantire alle aziende un processo di raccolta dati semplificato, una veloce integrazione con gli strumenti aziendali e l'arricchimento dei dati relativi agli utenti in modo strutturato, a supporto di strategie di advertising, campaign marketing strategy e valorizzazione delle sponsorship.

La Federazione Italiana Rugby potrà beneficiare dei seguenti vantaggi, derivanti da una visione e progettualità di lungo termine:

-

costruire e arricchire un database utenti unico e centralizzato;

-

consultare tutte le informazioni dell'utente attraverso le single customer view;

-

organizzare delle campagne marketing mirate basandosi sulle preferenze di cluster di utenti;

-

centralizzare i dati dai propri fan per gestire in modo efficace tutto il ciclo di vita del fan engagement sui canali social.

Gli sponsor ed i partner invece potranno lavorare insieme alla Federazione per:

-

supportare le attività di data acquisition ed enrichment;

-

lanciare iniziative di co-marketing;

-

crescere in termini di visibilità.

I tifosi e gli appassionati infine potranno:

-

essere ancora più coinvolti e accedere a specifiche azioni offerte dalla piattaforma come giochi, survey e instant win;

-

diventare ambassador, condividendo sui social le azioni e menzionando gli account della Federazione;

-

monitorare la propria posizione in classifica in base ai punti ottenuti;

-

sfogliare il catalogo per riscattare premi e sconti esclusivi.

“La creazione della Fan engagement platform è un passaggio importante nel rapporto che ci lega alla Federazione Italiana Rugby. Grazie alla visione comune dal punto di vista della strategia e dell’approccio allo Sport Business stiamo costruendo insieme un ecosistema solido per generare nuove possibilità in termini di data acquisition ed enrichment, advertising e sponsorship” ha dichiarato Fabio Lalli, CEO di IQUII.

“Offrire un’esperienza online sempre più completa a fan, generando al tempo stesso valore per FIR, i propri partner e per gli appassionati conferma l’approccio innovativo che FIR desidera avere per il proprio sport marketing, sempre più orientato a conoscere in profondità il nostro pubblico per offrire la miglior esperienza possibile al fianco del rugby italiano” ha detto Carlo Checchinato, Direttore Commerciale FIR