

Esempi di
Use Case

Who



Loyalty Payment

Realizzazione e gestione di **Programmi Loyalty** nativamente **integrati** con i più evoluti sistemi di **pagamento**.



Digital Distribution

Soluzioni chiavi in mano per l'incremento delle vendite di **prodotti digitali**.



Le nostre sedi:
Roma e Milano

What



Grazie a *Domec Tools™*, la **piattaforma brevettata** cloud SaaS, supportiamo i nostri Partner nel percorso di **innovazione dei pagamenti digitali** attraverso un'offerta unica di **Servizi a Valore Aggiunto**.

On top ai servizi di piattaforma ci occupiamo anche di:

- **Supporto Legale Concorsi a premio**
- **Catalogo premi e Logistica**
- **Creatività e Media Planning**
- **Ricerca Partner e affiliazione negozi**

How



La piattaforma Domec Tools™ è coperta da brevetto italiano



Best collaborative FinTech - Università Cattolica 2017



Best Collaborative FinTech Premio Gaetano 2017



Top 6% "Best 5 Stars Early Metrics Start-Ups"



Quality Certification
UNI CEI EN ISO IEC 27001:2017
UNI EN ISO 9001:2015

Use Case in ambito:

Loyalty Payment

A.C. Milan: la tessera Cuore Rossonero

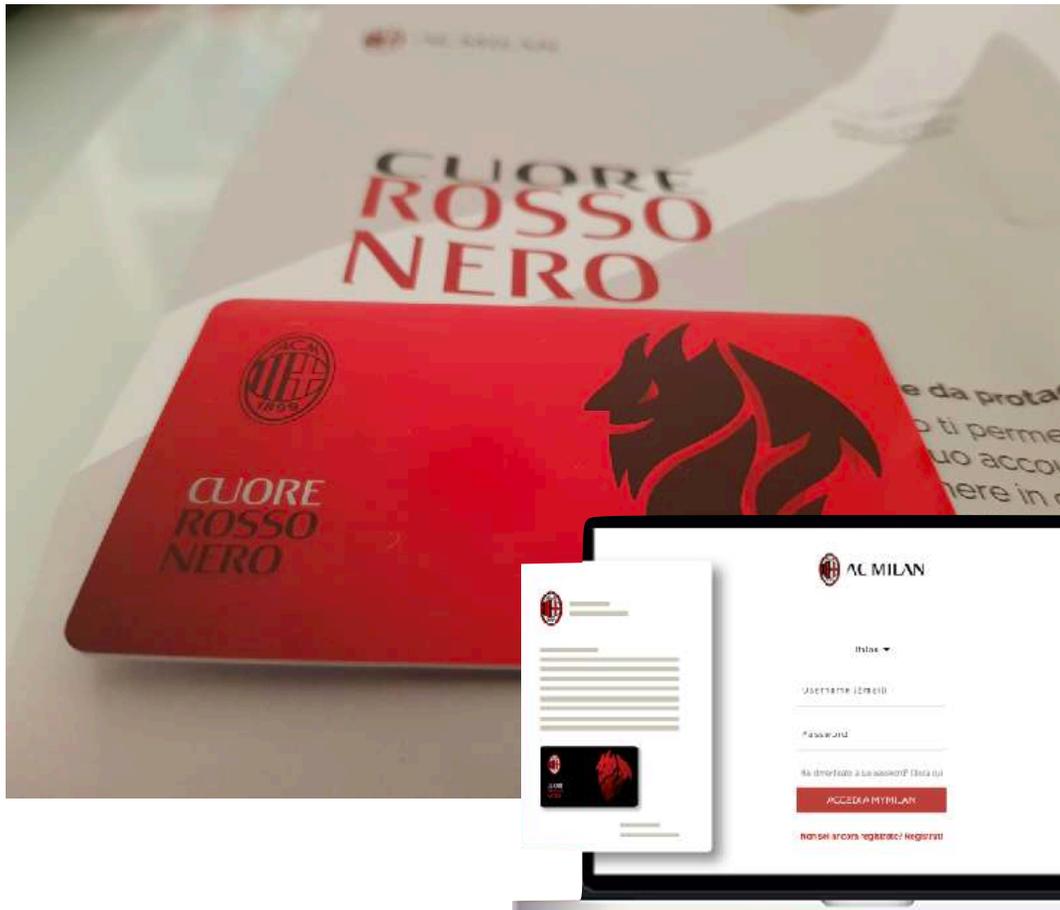


Esigenza

A.C. Milan si è rivolta a Domec per **migliorare i processi** di gestione e **vendita** della tessera del Tifoso Cuore Rossonero ed **ampliare i servizi legati alla card**.

La tessera Cuore Rossonero è la fidelity card del Milan che offre la possibilità di accedere a servizi di biglietteria esclusivi e promozioni riservate, per dare la possibilità al tifoso di far vivere ampiamente la passione per la sua squadra di calcio.

La soluzione di Domec



Domec ha messo a disposizione di AC Milan la propria esperienza nella costruzione di **percorsi di fidelizzazione**, oltre alla struttura tecnologica opportunamente **integrata con i sistemi di pagamento online del Brand ed il programma fedeltà** già in essere, per ampliare le funzionalità della tessera, ed offrire al cliente finale la possibilità di:

- acquistare l'abbonamento sia online che presso Casa Milan;
- ricevere la Card direttamente a casa;
- modificare il nominativo dei titolari dell'abbonamento;
- effettuare acquisti con la card su tutte le rivendite e ricevere sconti sul merchandising;

La soluzione di Domec



Inoltre Domec gestisce per AC Milan tutta la parte di **produzione delle Fidelity Card Cuore Rossonero**.

Grazie ad un team interno il Brand usufruisce della **gestione integrata** che va dalla stampa, personalizzazione, impacchettamento e postalizzazione delle card, ottimizzando tempi e costi. Ma si occupa anche dell'affrancatura, dell'etichettatura e della compilazione della modulistica postale, sollevando il Brand da tutte le pratiche necessarie alla gestione della corrispondenza in uscita, e della parte di Customer Support.

Vantaggi ottenuti con la soluzione Domec



Con l'ausilio di Domec, A.C. Milan ha **ampliando l'offerta dei servizi collegati alla carta**. Inoltre tutto il processo di **acquisto e vendita delle tessere è stato automatizzato**, nello specifico oggi la Tessera del Tifoso Cuore Rossonero è possibile acquistarla sia online che presso Casa Milan, e riceverla direttamente a casa.

Inoltre Domec gestisce per AC Milan tutta la parte di **produzione delle card** fisiche, seguendo il cliente **per tutto il ciclo di vita del prodotto**: dalla fase iniziale di ordine e stampa, passando per la spedizione e logistica fino al servizio di Customer Support.

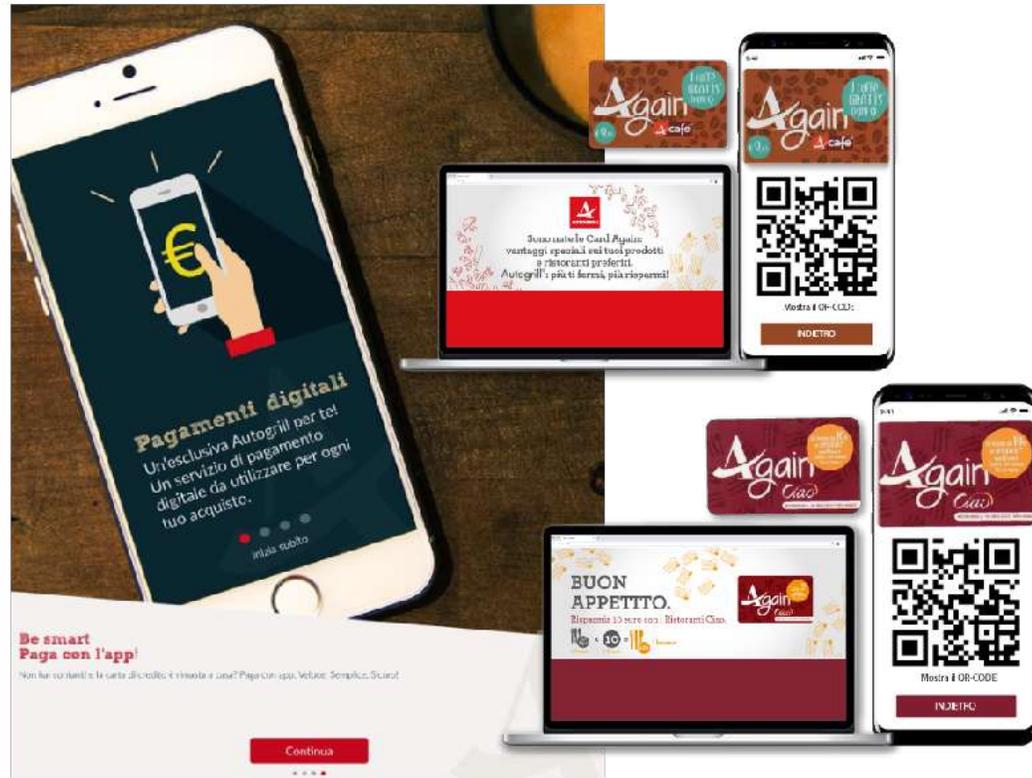


Esigenza

Autogrill si è rivolta a Domec per la **realizzazione di due programmi loyalty collegati alle card Again Cafè ed Again Ciao**, con lo scopo di:

- sostenere azioni di up-selling e cross-selling sui diversi target;
- ingaggiare gli acquirenti e i brand lovers;
- accrescere la relazione di valore con i propri consumatori;
- arricchire il database proprietario di informazioni comportamentali utili per successive attività di CRM mirate;
- iniziare il processo di digital transformation dei propri abbonamenti;

La soluzione di Domec



Domec ha messo a disposizione di Autogrill la propria esperienza nella costruzione di progetti e percorsi di fidelizzazione ed ha **sviluppato l'intero programma reward** collegato alle carte Again Cafè ed Again Ciao, di seguito alcune caratteristiche:

- **Again Cafè** è la carta prepagata di tipo abbonamento che consente l'acquisto di caffè ad un prezzo scontato.
- **Again Ciao** è il programma di fidelizzazione della clientela basato su una carta gratuita senza alcun costo aggiuntivo per il suo utilizzo, utile al cliente per accumulare punti per ogni spesa effettuata presso i punti vendita Ciao (1 punto ogni 15 euro spesi) e di ricevere 10 € da utilizzare sulla spesa successiva una volta raggiunta la soglia di 10 punti.

Vantaggi ottenuti con la soluzione Domec



Con l'ausilio di Domec, Autogrill ha un programma fedeltà coerente con la propria vision commerciale e strategica. Tramite l'inserimento delle due diverse tipologie di carte digitali destinate a target specifici consente ai clienti di dematerializzare le carte fisiche e di utilizzare le **fidelity card digitali come strumenti di pagamento all'interno del network**. Offre un'esperienza di acquisto più coinvolgente e con una **meccanica di utilizzo davvero semplice: acquisti, ricevi subito un beneficio e riscatti quando vuoi**. Inoltre ottiene quotidianamente dati e informazioni strategiche sulla propria base clienti.



Esigenza

BPER Banca si è affidata a Domec per l'implementazione di un programma di loyalty territoriale (geolocalizzato), con l'obiettivo di rafforzare il rapporto tra la Banca, il consorzio denominato "Le Vie del Commercio di Lanciano" con le relative realtà commerciali aderenti (titolari di un conto BPER) ed i loro consumatori finali.

La necessità è quella di avere un programma di loyalty **utile ad incrementare il business dei soggetti coinvolti** ed offrire ai clienti finali la possibilità di pagare e di accumulare benefici, da utilizzare ovunque nei negozi aderenti all'iniziativa.

La soluzione di Domec



Domec ha messo a disposizione di BPER la sua esperienza nella costruzione di programmi di fidelizzazione e payment, fornendo un **programma di loyalty territoriale** grazie al quale **i clienti sono incentivati all'utilizzo perché riescono a guadagnare e riscattare i benefici in un qualsiasi negozio della città di Lanciano.**

Le attività commerciali non hanno nessun costo di adesione se non lo sconto a beneficio del cittadino ed una piccola commissione di servizio. Sconto e commissione vengono addebitati solo a seguito dell'avvenuto incasso. Inoltre Domec ha fornito **strumenti digitali utili** per la gestione ed il monitoraggio dell'interno programma.

Una panoramica degli strumenti digitali



Per il cliente

Mediante il **sito web e l'APP** il cliente ha la possibilità di verificare la lista movimenti dei benefici e su quali negozi ha ottenuto il Cashback oppure lo sconto. Inoltre con le **Vie del Commercio Card** ha la possibilità di accumulare punti che vengono riscattati subito in denaro da utilizzare all'interno del network.

Per gli esercenti

L'APP installata direttamente sui POS (BPER) è utile nel riconoscimento del cliente ed in grado di erogare cash back, sconti e instant win sulle transazioni. Inoltre mediante il sito web l'esercente ha la possibilità di visualizzare la lista delle transazioni.

Per il consorzio

Mediante il sito Web il Consorzio ha la possibilità di:

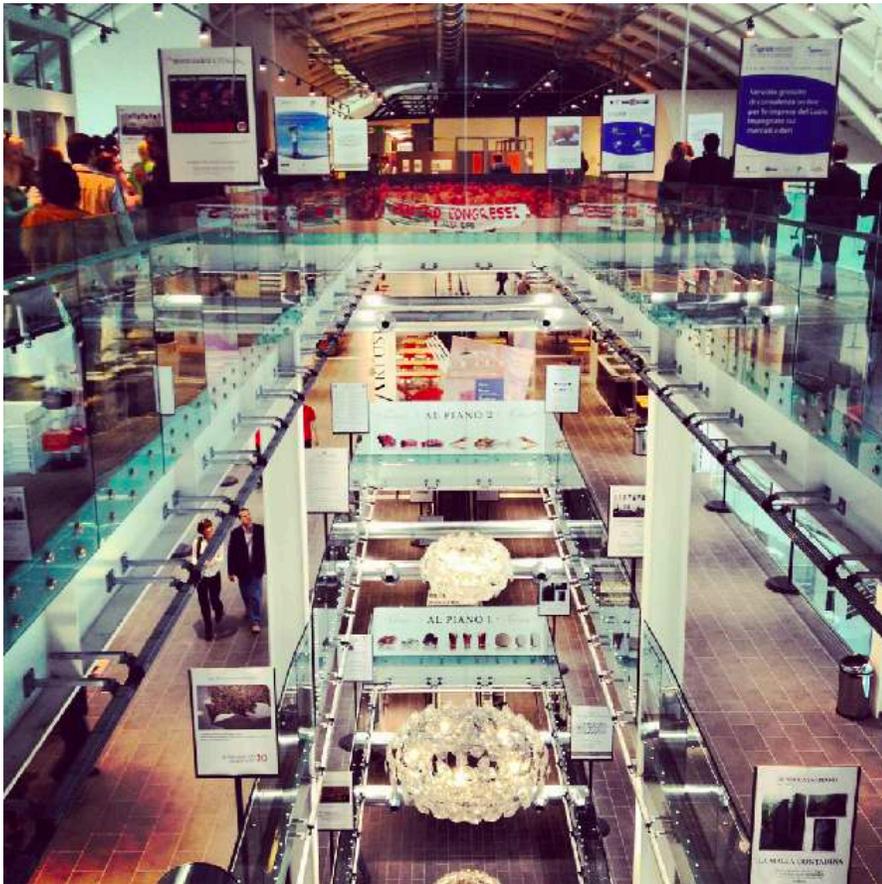
- gestire l'intero programma di fidelizzazione
- aggiornare e consultare le anagrafiche dei punti vendita
- gestire le attività necessarie per l'addebito dei costi e gli accrediti degli incassi ai punti vendita

Vantaggi ottenuti con la soluzione Domec



Con l'ausilio di Domec, BPER Banca ed il Consorzio della città di Lanciano oggi hanno all'attivo un **programma utile per lo sviluppo e la promozione del territorio** a tutela delle piccole realtà commerciali locali, offrendo ai cittadini la possibilità di pagare digitalmente, accumulare benefici da utilizzare ovunque nei negozi aderenti, rimanendo vicino casa.

Inoltre mediante gli strumenti digitali il Consorzio e gli Esercenti hanno la possibilità di analizzare i comportamenti di acquisto dei clienti e di lanciare azioni di marketing targettizzate e profilate, mentre la Banca ha incentivato l'utilizzo dei propri servizi nelle attività commerciali.



Esigenza

Eataly si è rivolta a Domec per la gestione dell'intero **programma loyalty** legato alle **Eataly Card**, con la necessità di accrescere il coinvolgimento dei propri clienti nell'utilizzo delle card presso il network di punti vendita, con l'obiettivo di:

- ampliare le funzionalità delle carte fedeltà iniziando il processo di digital transformation;
- accrescere la relazione di valore con i propri consumatori;
- arricchire il database proprietario di informazioni comportamentali di acquisto utili per le successive attività di CRM mirate.

La soluzione di Domec



Domec dal 2015 è il partner ufficiale del Brand Eataly per tutti gli store presenti in Italia e in UK, supportandolo nella gestione dell'intero programma di loyalty, inclusa la **fornitura** delle **card** fisiche e relativi **portacard**. Grazie all'esperienza in ambito Loyalty Payment, Domec ha fornito una soluzione completa adatta a tutto il circuito dei punti vendita del brand, trasformando la Eataly **Card** in un **borsellino digitale**.

Le **card ad importo fisso o variabile**, possono essere ricaricate ogni volta che il cliente lo desidera, non sono connesse ad un conto bancario di partenza, sono facili ed immediate da ottenere e consentono di **accumulare credito** derivante da diverse fonti (es. punti legati al programma fedeltà oppure **cashback**), sono anonime e non sono soggette a transaction fee da parte del sistema finanziario.

Vantaggi ottenuti con la soluzione Domec



Con l'ausilio di Domec Eataly ha:

- **migliorato l'esperienza di acquisto** dei clienti all'interno del proprio network di punti vendita;
- **ampliato le funzionalità delle carte fedeltà** in carte di pagamento private senza alcun impatto a livello tecnologico;
- **acquisito dati e informazioni strategiche** sulla propria base clienti;
- usufruito di un **servizio completo**, che va dalla fase di **produzione delle card** e porta card in materiale eco-friendly fino al servizio di customer support;



Esigenza

Con l'obiettivo di migliorare l'esperienza dei consumatori, Green Pea ha ideato un programma esclusivo denominato "Green Pea Membership" che valorizza e premia la relazione dei clienti attraverso vantaggi e benefici pensati sulla base dei loro interessi. Domec entra a far parte sin da subito di questa importante iniziativa in veste di partner ufficiale, affiancando il brand nell'ambito **Loyalty Payment**.

Una panoramica delle soluzioni Domec



Card, Porta card ed Espositori

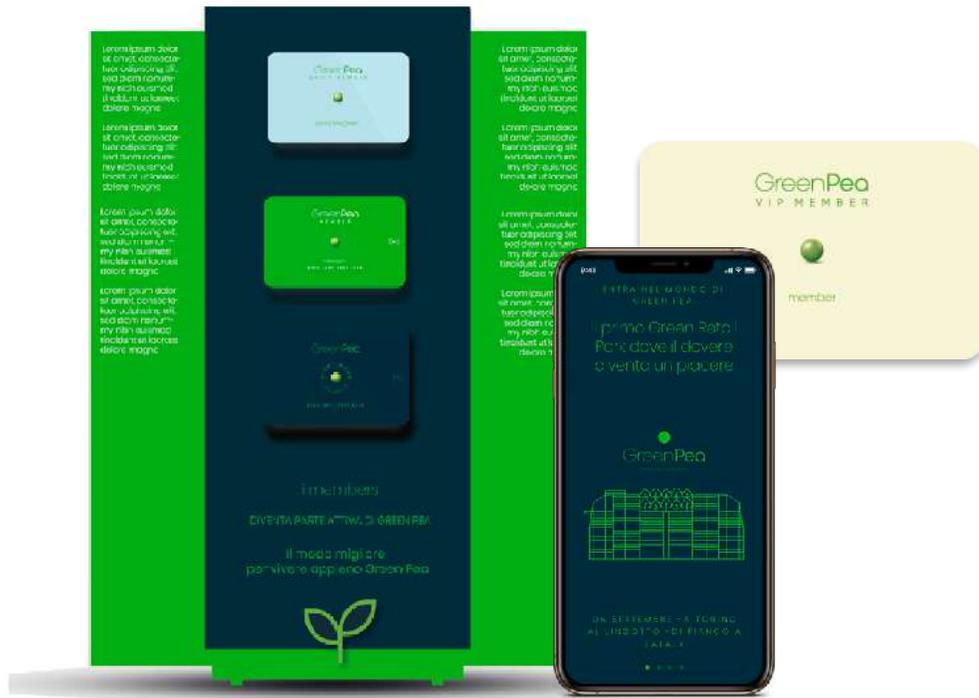
Realizzazione e gestione di tutta la fornitura relativa al materiale di comunicazione all'interno del punto vendita, come: Card, Porta Card ed espositori da banco. Il brand è stato seguito dalla fase iniziale, per l'individuazione di materiali eco-friendly, fino alla fase di progettazione e relativa consegna e logistica all'interno dello store.

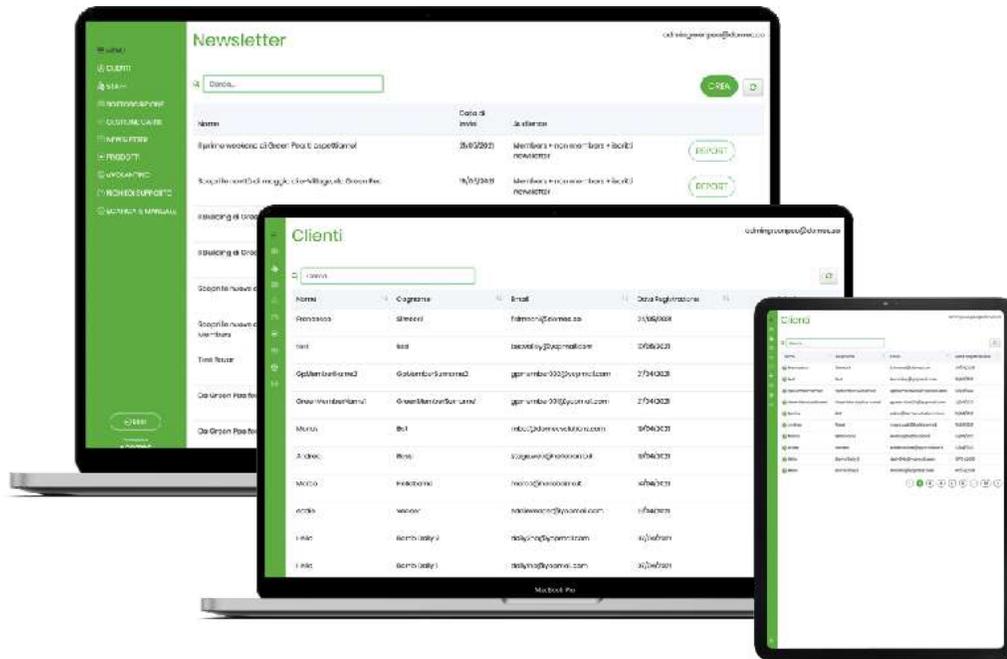
Il Digital Wallet

Il borsellino elettronico che ha lo scopo di sostituire il portafoglio fisico con uno digitale, direttamente collegato alla Membership Card (fisica e digitale). Al suo interno sono contenuti diversi strumenti di pagamento, ma anche numerosi servizi a cui il cliente può accedere che permettono di:

- pagare nello store, ad esempio avvicinando il telefono a un POS contactless;
- contenere e fruire di punti, oppure status legati alle missioni interattive;
- virtualizzare la Membership Card effettuando operazioni di ricarica, invio denaro ad un altro Member.

Una soluzione unica che coniuga all'esigenza basilare di identificare e riconoscere un Member anche l'opportunità di generare molteplici KPI utili per il Brand.





Tool di Vendita e Marketing Automation

Fruibile sia da Tablet che da pc, utile per l'ottimizzazione del lavoro delle risorse interne in Green Pea. Unico Tool che offre la possibilità di gestire tutta la parte di anagrafica e vendita delle diverse tipologie di Card e di utilizzare i dati dei clienti per l'invio di comunicazioni personalizzate, mediante gli strumenti integrati di **campaign management e marketing automation**.

Dettaglio funzionalità

- **Area Clienti:** grazie ad un'interfaccia semplice e funzionale, il personale Green Pea riesce a raccogliere tutte le informazioni necessarie per l'**emissione** e la **vendita delle Card**. Inoltre ha la possibilità di consultare e gestire i dati relativi al cliente ed alle Membership, come ad esempio: procedere alla **ricarica** di una o un set di card, modificare lo stato, effettuare un **trasferimento di credito** da una card all'altra.
- **Area Marketing Automation:** per creare, gestire e veicolare le diverse tipologie di campagne di comunicazione verso specifiche audience. Grazie **all'integrazione** del Tools con i diversi sistemi di pagamento presenti in **store ed online**, come **Sito Web** ed **App**, tutti i dati confluiscono all'interno del sistema, già segmentati per canale di provenienza e target, pronti per essere utilizzati per l'invio di comunicazioni mirate verso il cluster di riferimento.

Vantaggi ottenuti con la soluzione Domec

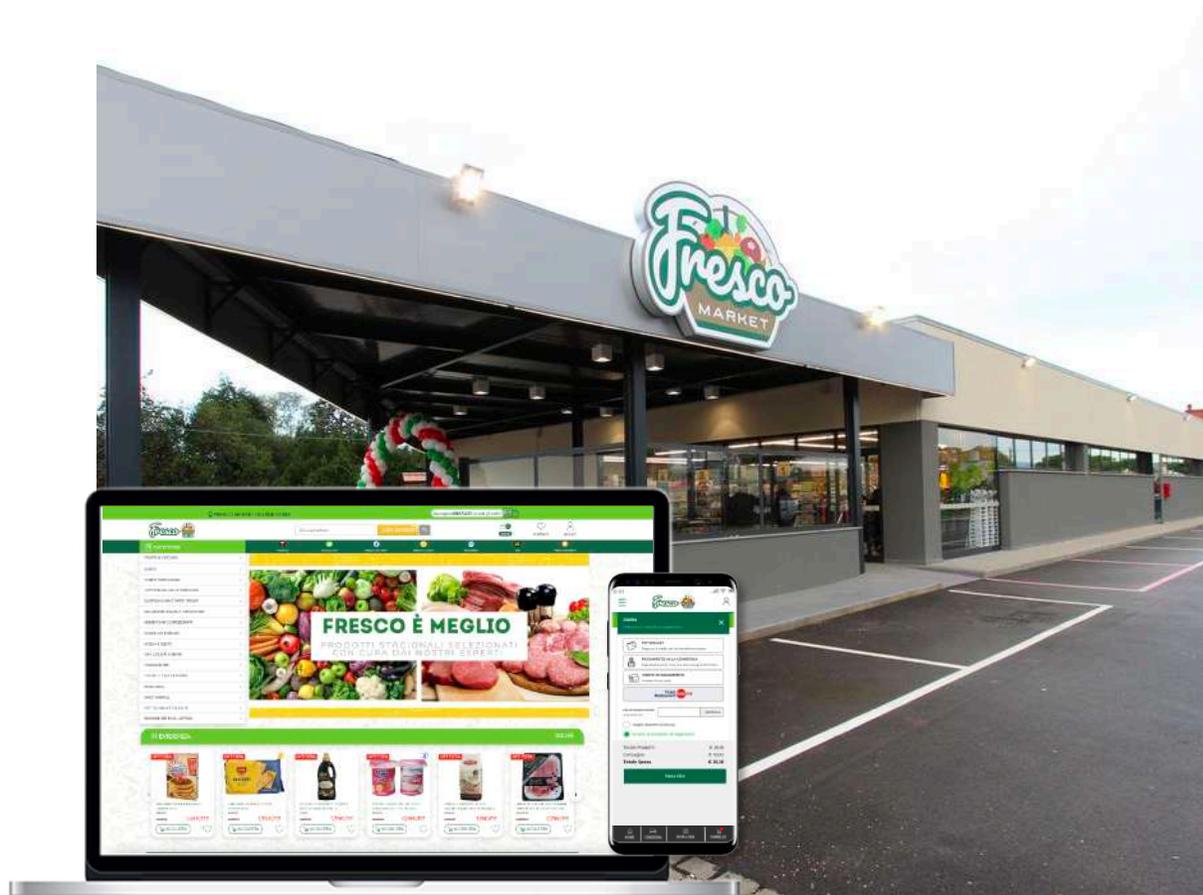


Con l'ausilio di Domec, Green Pea ha uno strumento multicanale sicuro ed integrato con i diversi sistemi di pagamento fisici e digitali, valido assistente virtuale utile per la customer retention e per la customer engagement che valorizza l'appartenenza e l'esclusività del brand, in grado di acquisire quotidianamente dati e informazioni strategiche sulla propria base clienti.

Un'unica soluzione che comprende:

- uno strumento di pagamento brandizzato e accettato all'interno delle premises di GreenPea;
- strumenti di customer retention e customer engagement;
- uno strumento utile per l'incentivazione dello spending;
- uno strumento utile per la generazione di KPI sulla propria base clienti;
- strumenti per la vendita e gestione dei servizi di concierge, per il campaign management ed il marketing automation;





Esigenza

I consumi nella grande distribuzione hanno nuovi scenari e Fresco Market è chiamata a intercettare le richieste di consumatori che cambiano. La trasformazione degli stili di vita e delle modalità di acquisto ha posto il Brand di fronte alla necessità di rispondere a un ventaglio di bisogni sempre più ampio, tra cui l'esigenza di **migliorare l'esperienza di acquisto** dei clienti sui propri canali digitali.

La soluzione di Domec



Domec ha messo a disposizione di Fresco Market i diversi team interni, affiancando il Brand nelle diverse aree e fasi. L'area Comunicazione e Design, ha sviluppato per Fresco Market tutta la parte di UX (User Experience Design) e UI (User Interface Design) del nuovo portale e-commerce e relativa APP ed ha realizzato la grafica di tutti i materiali utili per la comunicazione e promozione del nuovo sito, come: affissioni, banner digital, formati display per ADS, e Screen per la pubblicazione sugli store Android/IOS.

Inoltre mediante la struttura tecnologica, Domec ha **ottimizzato i servizi di pagamento** digitali presenti nei **punti vendita** fisici che sui canali **online**, per offrire al cliente finale la possibilità di pagare, mediante l'utilizzo di carte private, buoni spesa e **wallet digitali**.

Vantaggi ottenuti con Domec

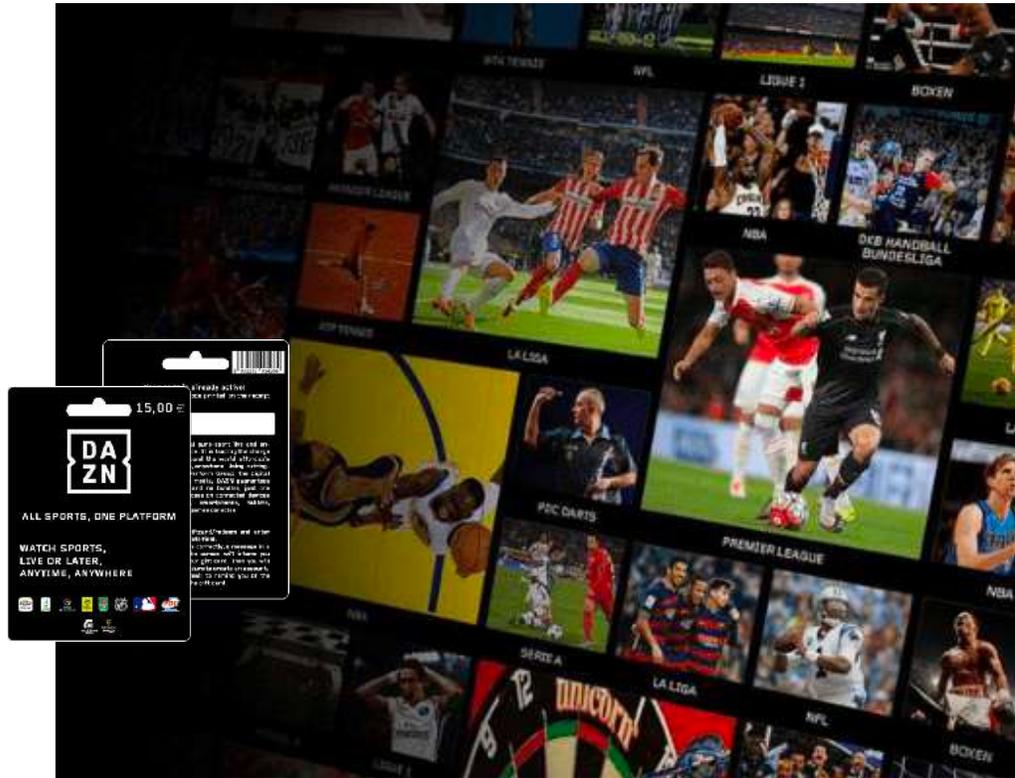


Con l'ausilio di Domec, Fresco Market ha migliorato l'esperienza di acquisto dei propri clienti inserendo nuovi strumenti di pagamento digitali, come il **Wallet Digitale**, che offre la possibilità al cliente di convertire i punti fedeltà in crediti utilizzabili, ed ha usufruito della consulenza ed il **supporto grafico e creativo**, dallo sviluppo al lancio del nuovo portale e-commerce e relativa APP.

Use Case in ambito:

Digital Distribution

Gli abbonamenti digitali

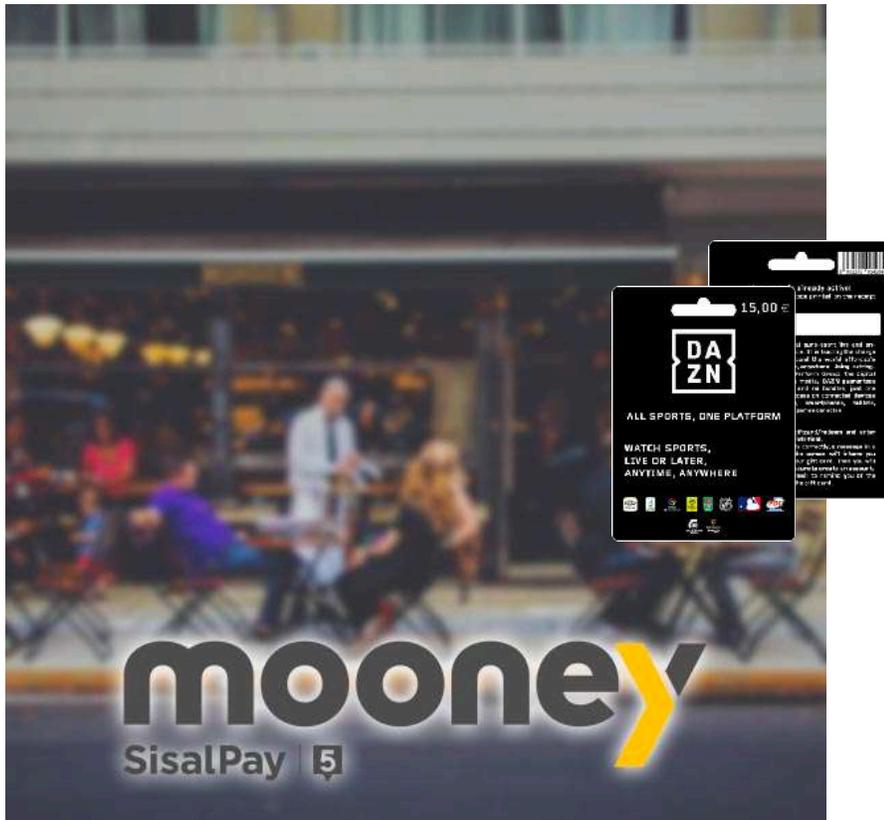


Esigenza

DAZN si è rivolta a Domec per la distribuzione dei propri prodotti digitali, gli abbonamenti DAZN, all'interno di un network ampio di punti vendita fisici.

L'obiettivo è incrementare la vendita dei prodotti DAZN anche verso un target di acquirenti che solitamente non effettua acquisti online e non ha dimestichezza con i pagamenti digitali.

La soluzione di Domec



Grazie alla partnership con Mooney, Domec ha offerto a DAZN un **servizio chiavi in mano per la distribuzione e la vendita dei propri abbonamenti** all'interno del circuito, ad oggi composto da una rete di **oltre 45.000 punti vendita** come: bar, tabaccherie ed edicole. Domec ha seguito l'intero ciclo di vendita del prodotto digitale, dalla stesura e chiusura del contratto, all'integrazione tecnologica, alla realizzazione di materiali promozionali fino al reporting e analisi dei dati di vendita.

Con l'innovativo sistema tecnologico di Domec il cliente dopo aver completato il pagamento in cassa di un abbonamento DAZN, all'interno di uno dei punti vendita aderenti al circuito Mooney, riceve il codice alfanumerico (cosiddetto PIN) direttamente sullo scontrino di acquisto, insieme alla modalità, termini e condizioni di utilizzo.

Vantaggi ottenuti con la soluzione Domec



Grazie all'inserimento dei prodotti digitali in tutti i punti vendita aderenti al servizio Mooney, oggi DAZN ha:

- incrementato la visibilità del marchio e le vendite;
- ampliato il target di acquirenti, rivolgendosi anche a coloro che non hanno dimestichezza con i pagamenti digitali;
- usufruito di un servizio completo per tutte le fasi del processo di distribuzione dei prodotti digitali, dalla fase iniziale fino alla distribuzione verso l'utilizzatore finale.

I Voucher e le Gift Card

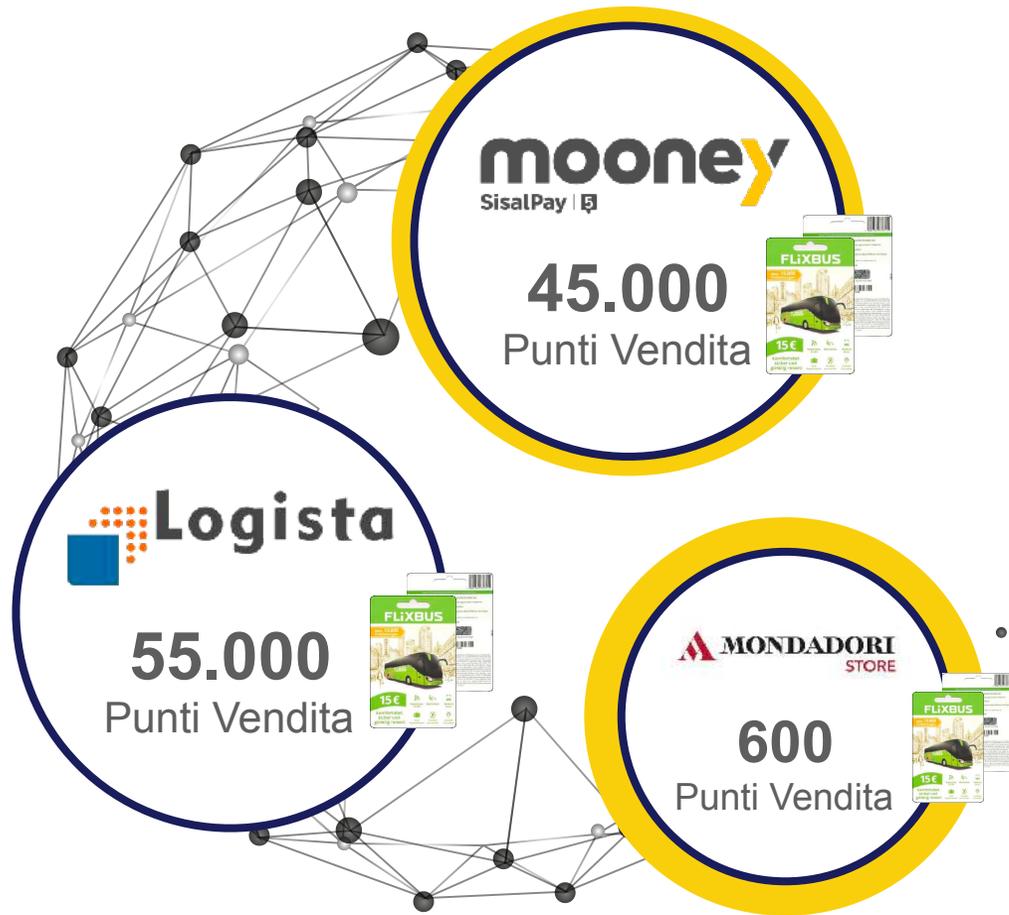


Esigenza

Flixbus si è rivolta a Domec per la distribuzione dei propri prodotti digitali, come Voucher e Gift Card, all'interno di un ampio network di punti vendita.

L'obiettivo è incrementare i canali di distribuzione ed il relativo target, per rivolgersi anche a consumatori che solitamente non effettuano acquisti online, consentendo anche il pagamento in contanti.

La soluzione di Domec



Domec ha offerto a Flixbus un **servizio chiavi in mano** per la **distribuzione e la vendita dei prodotti digitali**, inserendoli in Italia nei punti vendita aderenti al circuito **Mooney (ex SisalPay) e Mondadori Store**, ed in Francia all'interno del network dei tabaccai gestiti da **Logista**.

Domec ha seguito per Flixbus **l'intero ciclo di vendita** dei prodotti digitali, dalla ricerca dei partner all'integrazione tecnologica, alla realizzazione dei materiali promozionali fino al reporting e all'analisi dei dati di vendita.

Vantaggi ottenuti con la soluzione Domec

FLIXBUS

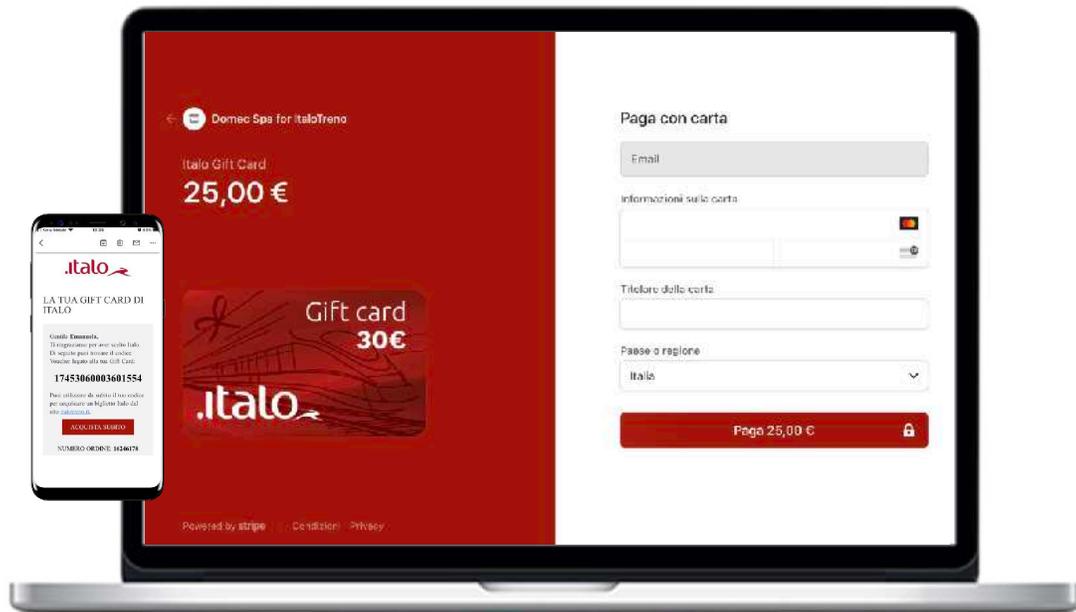


Con il sistema tecnologico di Domec, sicuro, semplice e immediato, il cliente dopo aver completato il pagamento in cassa, all'interno di uno degli store aderenti ai circuiti, riceve il **codice alfanumerico** (cosiddetto PIN) direttamente sullo scontrino di acquisto, insieme alla modalità, termini e condizioni di utilizzo del Voucher o Gift Card.

Grazie al contributo di Domec, Flixbus ha:

- incrementato le vendite su canali alternativi sui quali non era presente
- ampliato il target di acquirenti, rivolgendosi anche a coloro che non hanno dimestichezza con i pagamenti digitali
- usufruito di un servizio completo, per tutte le fasi del processo di vendita dei propri prodotti digitali (le gift)

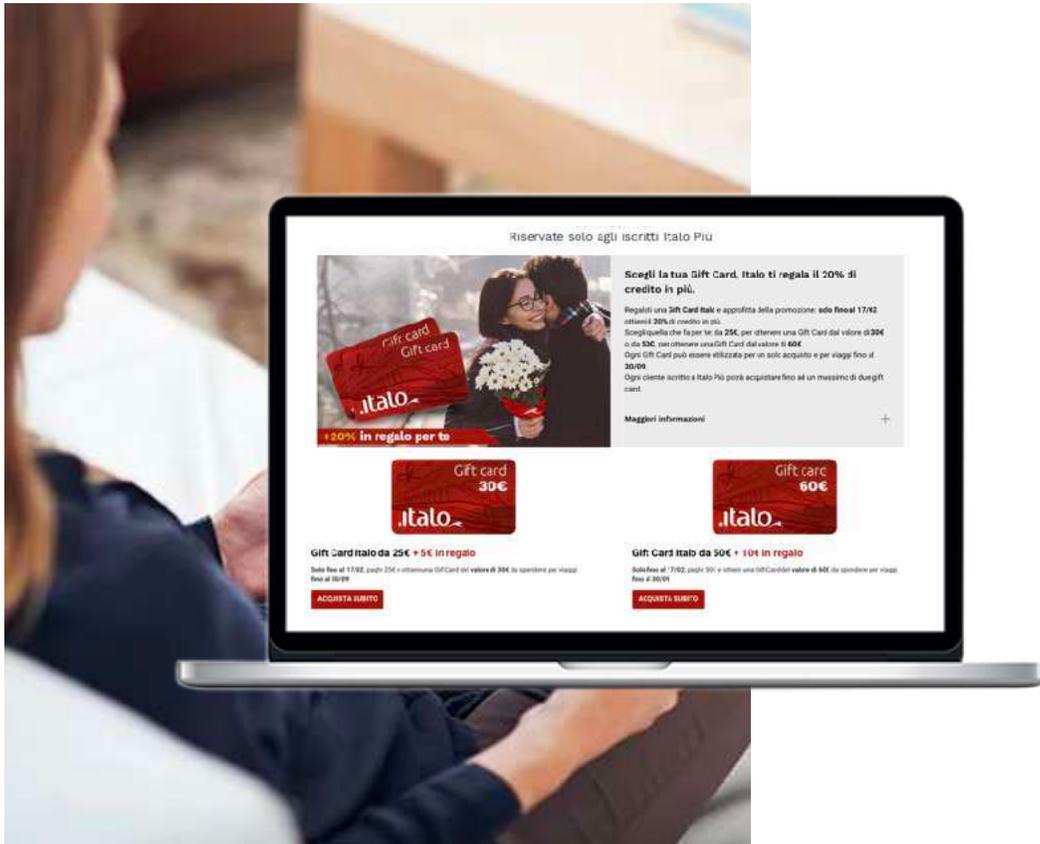
Le Italo Gift Card del programma Italo Più



Esigenza

Italo si è rivolta a Domec per la **realizzazione di tutto il flusso di vendita** delle Gift Card Italo ad importo prefissato, presenti sul sito web italoTreno.it, e rivolte ad un target specifico, ossia tutti i clienti iscritti al programma fedeltà Italo Più.

L'esigenza è stata anche quella di mantenere il rispetto delle policy aziendali in materia di sicurezza e trattamento dei dati dei clienti.



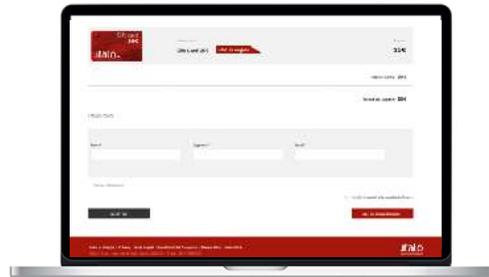
Domec ha messo a disposizione la sua struttura tecnologica, tramite l'integrazione alla piattaforma di pagamento Stripe, permettendo in questo modo **l'accettazione degli strumenti di moneta elettronica** degli utenti in maniera facile e sicura.

Nello specifico, per rendere le Gift Card acquistabili al cliente senza lasciare il sito web italo.treno.it, Domec ha attivato e configurato tutti gli applicativi utili per la vendita e la distribuzione virtuale di codici Gift Card, nonché la completa integrazione dei propri sistemi con gli applicativi **Stripe** per dare la possibilità agli utenti in target di effettuare il pagamento rispettando tutte le richieste di Italo.

Processo di acquisto delle Italo Gift Card



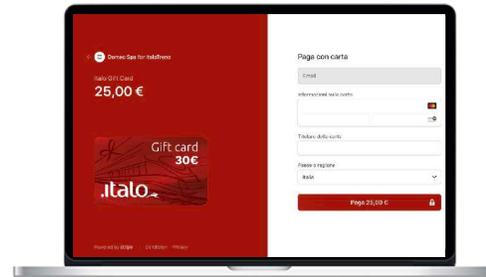
L'utente, accede al proprio account Italo Più, trova l'offerta attiva per acquistare le Gift Card. Cliccando su **“ACQUISTA SUBITO”** l'utente atterra sulla pagina di acquisto, opportunamente inserita nella piattaforma Domec Tools™ ma brandizzata in grafica Italo.



Nella pagina di acquisto l'utente inserisce i propri dati, ed ogni campo è gestito con controllo sul campo obbligatorio.

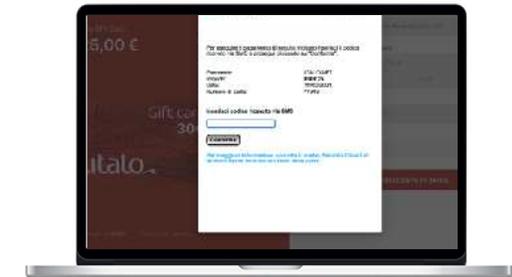
Qui l'utente può anche decidere **di regalare la Gift Card.**

A seguito di inserimento dei dati ed accettazione dei termini e condizioni d'uso, l'utente passa al processo di pagamento.



Il processo di pagamento avviene nella piattaforma Stripe, all'uopo brandizzata Italo.

Qui l'utente deve inserire i dati della propria carta e **confirmare** il pagamento.

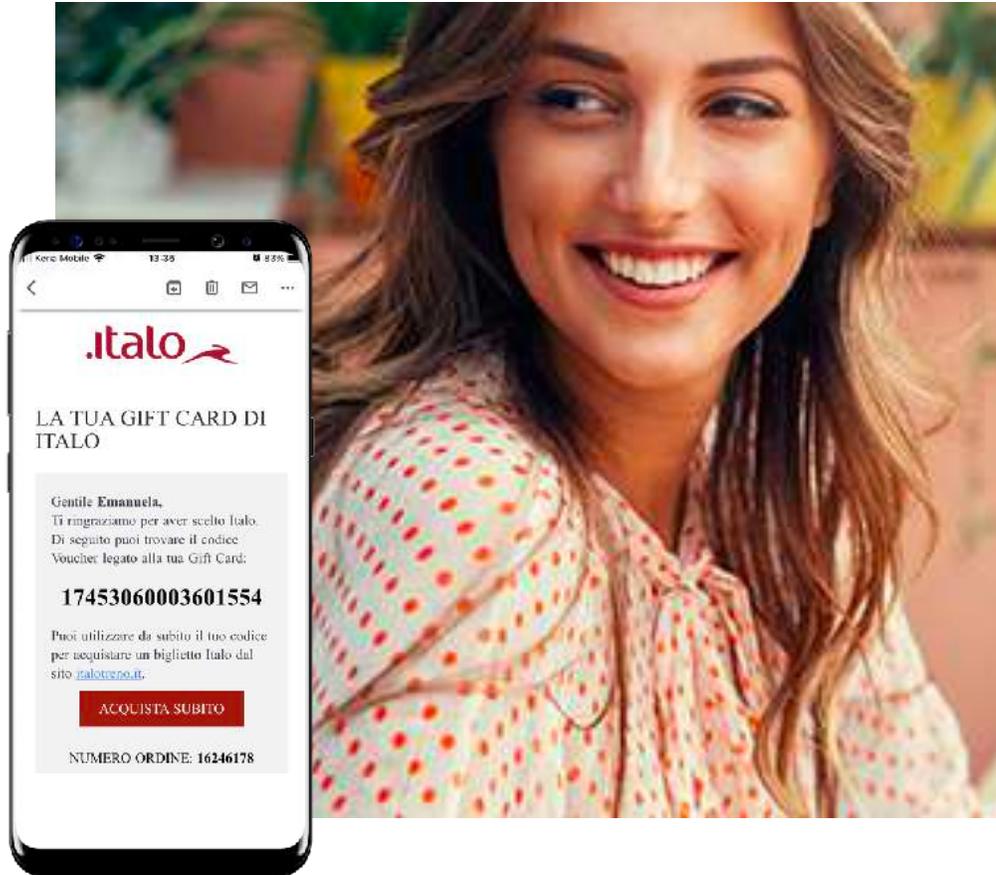


In base alla tipologia di carta e del proprio circuito, l'utente visualizzerà la modalità di autorizzazione al pagamento.

Contestualmente l'utente riceverà sul proprio account due mail: la **ricevuta** di pagamento generata da Stripe ed il voucher della Gift Card generata dal sistema Domec.



Vantaggi ottenuti con la soluzione Domec



Con Domec oggi il pagamento avviene in maniera semplice, veloce e sicuro, anche grazie all'integrazione con la nota piattaforma **Stripe**, nel rispetto dei criteri di: utilizzo, sicurezza, privacy e guideline del brand.

Grazie alla costruzione del nuovo flusso di pagamento, Italo offre ai propri clienti un servizio calibrato sulla base delle loro abitudini, con un servizio di assistenza dedicato.



Esigenza

Volagratis si è rivolta a Domec per incrementare la distribuzione delle Gift Card Digitali, pacchetti composti da volo + hotel, per i seguenti tagli: 50€, 100€, 150€ e 200€, all'interno di un network di punti vendita fisici.

L'obiettivo è incrementare i canali di distribuzione ed il relativo target, per rivolgersi anche a consumatori che solitamente non effettuano acquisti online, consentendo anche il **pagamento in contanti**.



Grazie alla partnership con **Mooney**, Domec ha offerto al Brand **un servizio chiavi in mano per la distribuzione e la vendita delle Gift Card** all'interno del circuito, ad oggi composto da una rete di **oltre 45.000 punti vendita** come: bar, tabaccherie ed edicole.

Domec **ha seguito per Volagratis** l'intero ciclo di vendita dei prodotti digitali, come:

- la stesura e chiusura del contratto;
- la verifica su fattibilità e tempi di realizzazione;
- la configurazione, il testing e l'attivazione dei codici digitali a seguito dell'avvenuto pagamento;
- il reporting ed analisi dei dati di vendita.

Vantaggi ottenuti con la soluzione Domec



Acquista la tua Gift Card Volagratis nei punti vendita

Acquista le Gift Card Volagratis nei punti vendita nei negozi della Feltrina, Feltrinelli



Scopri

Con il sistema tecnologico di Domec, sicuro, semplice e immediato, il cliente dopo aver completato il pagamento in cassa, all'interno di uno degli store aderenti al circuito, riceve il codice alfanumerico (cosiddetto PIN) direttamente sullo scontrino di acquisto, insieme alla modalità, termini e condizioni di utilizzo della Gift Card. Grazie all'inserimento dei prodotti digitali in tutti i punti vendita aderenti al servizio Mooney, Volagratis ha:

- incrementato la visibilità del marchio e relative vendite;
- ampliato il target di acquirenti, rivolgendosi anche a coloro che non hanno dimestichezza con i pagamenti digitali;
- usufruito di un servizio completo per tutte le fasi del processo di distribuzione dei prodotti digitali, dalla fase iniziale fino alla distribuzione verso l'utilizzatore finale.



Esigenza

Zalando si è rivolta a Domec per la distribuzione delle proprie Gift Card all'interno di un network ampio di punti vendita fisici.

L'obiettivo è incrementare le vendite delle Gift Card Digitali dei seguenti tagli: 25€, 50€, 75€ e 100€, anche verso un target di acquirenti che solitamente non effettuano acquisti online ma anche di offrire ai clienti Zalando la **possibilità di ricaricare il proprio account con un qualsiasi importo variabile** (es. 33,50 euro per pagare esattamente l'ordine effettuato su Zalando)

Vantaggi ottenuti con la soluzione Domec



Grazie all'inserimento dei prodotti digitali in tutti i punti vendita aderenti al servizio, Zalando ha:

- incrementato la visibilità del marchio e le vendite;
- ampliato il target di acquirenti, rivolgendosi anche a coloro che non hanno dimestichezza con i pagamenti digitali;
- usufruito di un servizio completo per tutte le fasi del processo di distribuzione dei prodotti digitali, dalla fase iniziale fino alla distribuzione verso l'utilizzatore finale.

Le nostre collaborazioni



Grazie!

DOMEC S.p.A.

Direzione Generale:

Milano: Via di Porta Tenaglia, 4 - 20121

Direzione Commerciale:

Roma: Viale Liegi, 41 - 00198

 +39 02 47 95 16 77

 info@domecsolutions.com

 www.domecsolutions.com

