

# Marketing post acquisto: nasce LoyaltyHub, il primo centro italiano specializzato nel Loyalty Marketing

CESENATICO, FC, ITALY, February 24, 2026 /EINPresswire.com/ -- Le piccole e medie imprese italiane spendono in media 5-7 volte di più per acquisire un nuovo cliente che per mantenerne uno già esistente. Eppure quasi nessuno lavora sul "dopo". Ne parliamo con Michele De Angelis, consulente marketing con 15 anni di esperienza, che ha deciso di colmare questo vuoto con un progetto dedicato...



De Angelis Michele - Founder of Loyalty Hub

Cesenatico, 24 febbraio 2026 - Tra il 60 e il 78% delle PMI italiane perde i propri clienti dopo il primo acquisto. Non per problemi di prodotto o qualità del servizio, ma perché nessuno ha mai progettato cosa deve succedere dopo che il cliente paga. È questa la tesi alla base di LoyaltyHub, il primo centro di competenza italiano specializzato nel marketing post-acquisto per micro, piccole e medie imprese, fondato da Michele De Angelis, consulente marketing originario di Torino e da anni attivo in Romagna.



Le piccole e medie imprese italiane spendono in media 5-7 volte di più per acquisire un nuovo cliente che per mantenerne uno già esistente. Eppure quasi nessuno lavora sul "dopo"

*De Angelis Michele*

Da questa osservazione è nato il Manifesto del Loyalty Marketing, un documento pubblico in cui De Angelis formalizza i principi alla base del progetto, dove la loyalty non è un optional, ma il cuore di ogni business sostenibile. Ogni cliente che torna vale più di dieci da rincorrere. Il budget marketing che serve solo a sostituire chi se n'è andato è una ruota bucata.

Il Framework LoyaltyHub traduce questi principi in un sistema pratico articolato su tre aree: gestione delle aspettative, qualità dell'esperienza post-acquisto, costruzione di ricordi che generano passaparola spontaneo.

Il servizio principale è il Loyalty Audit, con una diagnosi del sistema di fidelizzazione aziendale, mentre sul sito è disponibile anche un Loyalty Health Check gratuito, un questionario di tre minuti per capire lo stato di salute della propria loyalty.

"Ho sentitola stessa domanda per anni, da ristoratori, negozianti, professionisti: perché i miei clienti non tornano? La risposta, quasi sempre, era la stessa: non per colpa del prodotto, ma per quello che non accadeva dopo l'acquisto", spiega De Angelis. "Ho capito che esistono meccanismi psicologici precisi che determinano se un cliente tornerà oppure no. E che quasi nessuno, in Italia, si stava occupando di questo in modo sistematico", afferma Michele De Angelis, creatore del LoyaltyHub.

"Non sono un guru con migliaia di follower e non vendo corsi da cinquemila euro. Risolvo un problema specifico, lavorando insieme all'imprenditore, con metodi misurabili", precisa De Angelis.

Per chi volesse saperne di più sulle pratiche di LoyaltyHub si può visitare il sito internet [loyaltyhub.it](https://loyaltyhub.it) o scrivere all'indirizzo email [michele@loyaltyhub.it](mailto:michele@loyaltyhub.it).

De Angelis Michele

LoyaltyHub

[michele@loyaltyhub.it](mailto:michele@loyaltyhub.it)

Visit us on social media:

[LinkedIn](#)

[Instagram](#)

[Facebook](#)

[TikTok](#)

---

This press release can be viewed online at: <https://www.einpresswire.com/article/895020620>

EIN Presswire's priority is source transparency. We do not allow opaque clients, and our editors try to be careful about weeding out false and misleading content. As a user, if you see something we have missed, please do bring it to our attention. Your help is welcome. EIN Presswire, Everyone's Internet News Presswire™, tries to define some of the boundaries that are reasonable in today's world. Please see our Editorial Guidelines for more information.

© 1995-2026 Newsmatics Inc. All Right Reserved.