

10 Giugno 2026 - 11:14 di Redazione Jamma

SOFTSWISS, fornitore globale di software per il settore iGaming, ha ampliato la funzionalità di segmentazione della propria Casino Platform. Gli operatori possono ora raggruppare i giocatori per personalizzare le campagne, automatizzare le azioni e migliorare il coinvolgimento degli utenti in tempo reale.

La funzionalità consente agli operatori di segmentare i giocatori in base all'attività di deposito, al comportamento di scommessa, ai dati di fidelizzazione, ai tag, ai metodi di pagamento, all'attività nel sportsbook e ad altri parametri. È inoltre possibile combinare più filtri per creare gruppi di giocatori più dettagliati destinati a campagne di retention e coinvolgimento. Gli elenchi dei giocatori si aggiornano automaticamente al variare delle condizioni, consentendo ai brand di reagire più rapidamente ai comportamenti degli utenti.

Progettata come servizio indipendente e non come componente integrato della piattaforma, la funzione di segmentazione garantisce prestazioni stabili anche in presenza di carichi di lavoro elevati. Secondo i dati interni di SOFTSWISS, il 99,5% degli eventi relativi ai giocatori viene elaborato in tempo reale. Quando un giocatore soddisfa i criteri di un segmento, i servizi collegati possono attivare automaticamente le azioni previste senza necessità di ricalcoli manuali o tempi di attesa.

Gli operatori possono utilizzare la segmentazione in diversi strumenti e flussi di lavoro della [Casino Platform](#), tra cui:

- Campagne bonus
- Tornei e lotterie
- Sistemi di referral
- Scenari di pagamento
- Workflow di automazione Motion

Gli operatori che utilizzano il **SOFTSWISS Sportsbook** possono applicare le stesse funzionalità di segmentazione anche ai propri giocatori, gestendo così il pubblico del casinò e quello delle scommesse sportive attraverso un unico strumento.

Suren Vardanyan, Head of Sales di SOFTSWISS Casino Platform, ha commentato:

«La segmentazione in tempo reale rappresenta la differenza tra campagne generiche ed esperienze personalizzate. Con il nostro segmentatore creiamo gruppi dinamici di giocatori che si adattano automaticamente ai comportamenti degli utenti, consentendo agli operatori di localizzare messaggi e offerte per migliaia di giocatori contemporaneamente. Questo elimina i ritardi e trasforma le campagne da approcci standardizzati a iniziative realmente mirate.»

JabulaBets, operatore di scommesse sudafricano, utilizza questa funzionalità nei team di acquisizione, marketing e operations. L'azienda impiega la segmentazione per il targeting promozionale e l'analisi della clientela. L'accesso rapido a gruppi specifici di giocatori aiuta i team di JabulaBets a definire i criteri di qualificazione per le promozioni e ad analizzare i primi depositanti in base alla data di registrazione. Di conseguenza, possono elaborare report KPI più accurati basati su specifiche analisi aziendali o casi d'uso.

Questo aggiornamento della Casino Platform si inserisce nel continuo ampliamento degli strumenti di coinvolgimento e automazione dell'ecosistema SOFTSWISS. All'inizio di quest'anno, il provider tecnologico ha inoltre lanciato la **Prediction Markets Platform**, una soluzione a quota fissa che consente agli operatori di offrire scommesse basate su eventi legati a politica, economia, tecnologia e cultura.

Fonte: <https://www.jamma.it/?p=353463>