

**19 Giugno 2026 - 15:41** di Redazione Jamma

---

FanDuel sta investendo in modo strategico nella generosità verso i clienti in occasione della Coppa del Mondo 2026, la più grande campagna mai realizzata dal marchio e frutto di mesi di preparazione e di anni di innovazione all'interno di Flutter.

Mentre la nazionale maschile degli Stati Uniti si prepara ad affrontare l'Australia al Lumen Field di Seattle, il principale brand statunitense di Flutter prevede che questa Coppa del Mondo sarà il più importante evento di scommesse della sua storia.

«Durante il Super Bowl sono stati raccolti circa 400 milioni di dollari di puntate con FanDuel. Per la Coppa del Mondo puntiamo a superare di gran lunga quella cifra, registrando un forte incremento rispetto a quanto visto in Qatar nel 2022», afferma **Aman Gupta**, Senior Vice President of Growth di FanDuel. «Saranno 40 giorni di autentico entusiasmo».

Il torneo allargato a 48 squadre rappresenta per FanDuel la più grande opportunità mai avuta per mostrare la forza del proprio marchio a un pubblico più ampio. In vista dell'evento, la società ha lanciato il più grande programma di promozioni e premi della sua storia, con l'obiettivo di acquisire nuovi clienti e mantenere coinvolti quelli esistenti per tutta la durata della competizione.

## **La strategia della generosità**

Per Gupta, la logica è semplice. «La generosità è uno degli strumenti più importanti che abbiamo per coinvolgere i clienti e differenziarci dai concorrenti».

Questa filosofia è visibile in tutte le attività globali di Flutter. Durante l'ultimo Investor Day del gruppo, **Barni Evans**, CEO di Flutter APAC, aveva illustrato l'approccio che ha consentito a Sportsbet di ottenere risultati significativi in Australia.

«Quando offriamo un'esperienza migliore ai clienti, veniamo ripagati con maggiori volumi di raccolta, una redditività strutturalmente più elevata e, in definitiva, una crescita sostenibile dei ricavi».

Secondo Evans, la strategia si basa su tre elementi: centralità del cliente, innovazione continua e utilizzo efficiente delle iniziative promozionali.

«Quando questi tre fattori lavorano insieme, i clienti ci dicono che il loro coinvolgimento nello sport diventa ancora più entusiasmante. Le promozioni che ricevono sono intuitive e facili da utilizzare, sembrano personalizzate sulle loro esigenze e, in definitiva, percepiscono di ricevere un’offerta equa».

La proposta di FanDuel per la Coppa del Mondo è stata sviluppata seguendo molti degli stessi principi. Secondo Gupta, il marchio sta «facendo leva sul patriottismo americano, sulla nazionale maschile degli Stati Uniti e sul fatto che il Paese ospiti la Coppa del Mondo per la prima volta da oltre 30 anni».

La strategia è partita già nella serata inaugurale, quando FanDuel ha premiato i clienti che avevano scommesso sul fatto che gli Stati Uniti avrebbero effettuato almeno un tiro in porta contro il Paraguay: una puntata risultata vincente grazie al netto successo per 4-1 della squadra statunitense, offrendo così una prima occasione per mostrare agli appassionati americani la propria politica di promozioni e premi.

Nel corso del torneo sono state introdotte ulteriori offerte, tra cui bonus legati al numero di gol segnati. Si prevede che l’attività dei clienti raggiunga i livelli più elevati nelle giornate in cui gioca la nazionale statunitense, rendendo la sfida con l’Australia – anch’essa vincitrice all’esordio contro la Turchia – uno dei momenti più importanti del torneo per FanDuel.

Il programma di promozioni è supportato da una nuova piattaforma fedeltà progettata per personalizzare in modo più efficace i premi destinati ai clienti. A questo si aggiungono nuovi prodotti, tra cui i mercati a 120 minuti, che mantengono valide le scommesse anche durante i tempi supplementari, e la funzione Super Sub, che trasferisce automaticamente la giocata su un calciatore subentrato nel caso in cui il giocatore originariamente selezionato lasci il campo. Super Sub è stata sviluppata inizialmente da Sisal e successivamente adattata per il mercato statunitense.

## **Uniti dal gioco**

Per prepararsi a quello che Gupta definisce «un momento capace di unire il Paese», FanDuel ha dedicato sette mesi allo sviluppo della propria proposta per la Coppa del

Mondo.

Oggi un team interamente dedicato al calcio gestisce l’esperienza del cliente dall’inizio alla fine.

«Le aziende di beni di consumo sono passate da una struttura funzionale a una struttura organizzata per categorie», spiega Gupta. «Nel nostro caso le categorie corrispondono ai diversi sport, quindi il team dedicato al calcio è responsabile della coerenza dell’intera proposta di FanDuel».

Lo stesso approccio collaborativo è stato adottato in tutto il gruppo Flutter. I team prodotto e commerciale di FanDuel hanno costruito l’offerta per il torneo insieme ai colleghi delle altre società del gruppo, mentre le quote sul calcio vengono gestite attraverso la piattaforma globale di trading di Flutter.

«Il Flutter Edge ci ha dato la possibilità di presentarci al meglio in questa Coppa del Mondo», afferma Gupta. «Sia grazie a prodotti come Super Sub e i mercati a 120 minuti, sia attraverso il know-how e l’esperienza maturati con gli scommettitori calcistici».

Sebbene la Coppa del Mondo sia destinata ad accelerare la crescita del calcio negli Stati Uniti, la strategia di FanDuel punta a produrre effetti ben oltre il torneo. Essa fa parte di un piano più ampio volto a migliorare l’esperienza della sportsbook attraverso una maggiore personalizzazione, programmi fedeltà più efficaci, prodotti innovativi e una gestione più intelligente degli incentivi ai clienti.

La Coppa del Mondo ha rappresentato il contesto ideale per riunire tutti questi elementi. Il risultato è un’offerta costruita sulla base di anni di esperienza, mesi di preparazione e idee provenienti dall’intero portafoglio globale di Flutter.

Per FanDuel non si tratta semplicemente di una strategia per la Coppa del Mondo, ma di un ulteriore passo nel più ampio progetto di costruire una sportsbook sempre migliore.

---

**Fonte:** <https://www.jamma.it/?p=354072>