

SISTEMI RELAZIONALI

A cura della REDAZIONE

PROGRAMMI RELAZIONALI PER ESIGENZE SPECIFICHE

IN CARIPARMA & PIACENZA

Cariparma Professionisti e VYP, due linee di prodotti bancari e finanziari arricchiti di programmi relazionali per meglio soddisfare le esigenze dei liberi professionisti e dei giovani.

Cims, azienda specializzata nella gestione di programmi di fidelizzazione, ha ideato e realizzato per Cariparma e Piacenza due programmi relazionali legati ai conti correnti bancari Cariparma Professionisti e VYP, dedicati rispettivamente al segmento dei liberi professionisti e dei giovani dai 18 ai 28 anni. Cariparma Professionisti è una linea di prodotti e servizi studiata per soddisfare i bisogni dei liberi professionisti; il sistema relazionale ideato da Cims, già attivo dal mese di giugno, consente ai partecipanti al programma di usufruire di una serie di sconti e vantaggi, tramite una carta personalizzata inclusa in un pacchetto di benvenuto, tra i quali:

- sconti per abbonamenti annuali a Il Sole 24 Ore;

- sconti sulle spedizioni tramite TNT;
- sconti sulle prestazioni di recupero crediti tramite Intrum Iustitia;
- sconti del 2% in oltre 1500 stazioni di servizio Erg;
- sconti per riparazione cristalli e sostituzione pneumatici con Carglass;
- sconto sulle tariffe di fonia Al-



Cariparma: La banca di parma e piacenza - home

Cariparma: La banca di parma e...
Firefox ha impedito a questo sito di aprire finestre pop-up.
Preferenze

Per informazioni: 800.77.11.00 | Contattaci | Mappa | Cerca | English | Testo

CARIPARMA & PIACENZA

Cariparma e Piacenza: la banca che si rende utile

Chi siamo | Investor relations | Sala stampa | Eventi | Lavora con noi

I nostri servizi: Le nostre filiali ▾ val

I nostri canali diretti: > Home banking
> BancaLink.net 2
> BancaLink.net
> Intesa Trade
Le carte prepagate: > MONETApoline
> VYP Money

Mercati Borsa
Milano-S&P MIB ▾ val

Famiglie
Private Banking
Professionisti e PMI
Imprese

Banca Intesa
Pattichiarì
Insieme tutto è più semplice.
POVita assicurazioni
Corporativa e Piacenza aderiscono al Codice di Condotta per i Mutui Coni
Attenzione alle E-mail ingannevoli

Disclaimer legale | Requisiti di sistema | Certificazione accessibilità | Certificazione usabilità
Copyright © 2005. Sito ottimizzato per le risoluzioni 800 x 600 con Microsoft IE 5.0
Completo

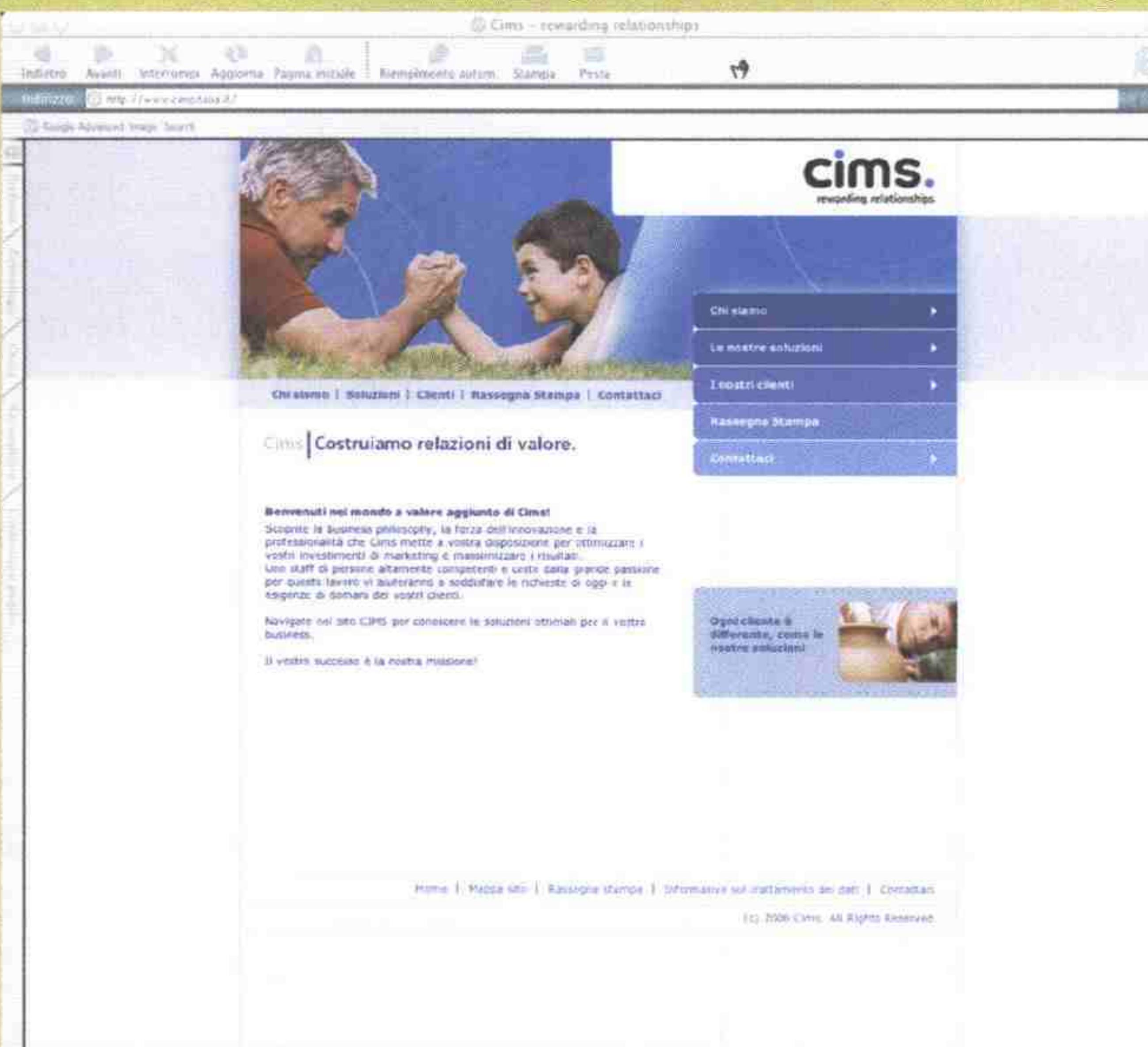
Cariparma e Piacenza è una banca del Gruppo Intesa
CCIAA Parma REA 000180026 | P.Iva 02113530345

PROGRAMMI RELAZIONALI PER ESIGENZE SPECIFICHE

Cims

... è specialista europeo nei programmi di marketing relazionale e di loyalty. È parte di Affinion Group. Oggi il gruppo Affinion è leader nel mondo nella gestione di circuiti di marketing e loyalty. Scegliere Cims significa contare sull'esperienza internazionale e sulle risorse di un grande gruppo che ogni giorno, attraverso uno staff di 800 specialisti offre servizi di marketing a più di 18 milioni di consumatori in 11 Paesi europei. La filiale italiana, guidata dall'Amministratore Delegato Edoardo Moretti con i suoi 100 specialisti di marketing e di customer care, opera con profitto in settori diversi sempre più esposti alla concorrenza: dal bancario, alle carte di credito, alle Assicurazioni, alle Utilities, ai Telefonici. Oltre alle soluzioni di tipo package, club, programmi a punti, below the line, Cims fornisce aggregazioni verticali di contenuti rilevanti per aree di bisogno (es. viaggi, pc, auto, salute) disponibili direttamente all'utente finale in modalità retail.

www.cimsitalia.it



bacom.Amps;
• sconto sui software **Dylog**;
• sconto su hardware e software tramite Venco.

Usufruire di sconti e vantaggi per i titolari della carta è semplice: è possibile scegliere di presentarsi direttamente negli esercizi convenzionati, oppure chiamare la linea dedicata del Centro Servizi Cariparma Professionisti.

Anche per VYP, il sistema di prodotti e servizi studiato per i giovani dai 18 ai 28 anni, Cims ha messo a punto un apposito programma relazionale, mirato a offrire a que-

sta clientela, particolarmente esigente, allettanti opportunità di risparmio: dallo sconto sulla benzina a quello sui videogiochi, dalla prenotazione di biglietti per spettacoli al supporto concreto nella ricerca di un lavoro tramite un'agenzia specializzata.

Per accedere ai benefit, anche in questo caso, l'utente potrà con-

tattare il Centro Servizi Titolari dedicato o visitare il sito www.vyp-club.it dove troverà tutte le informazioni, i regolamenti e i link ai siti dei partner.

Con queste due iniziative Cariparma si dimostra banca aperta all'innovazione e attenta a soddisfare le esigenze della sua clientela.

cims.
an Affinion Group Company

SISTEMI RELAZIONALI

Lipman è VeriFone, in due sotto lo stesso nome

Le due società, rispettivamente VeriFone il numero uno del mercato e Lipman il terzo, si uniscono per creare un grande gruppo sinergico e cooperativo nel settore dei sistemi di pagamento elettronico. La nuova VeriFone rappresenta la congiunzione di due mondi che trovano coesione nel mercato. VeriFone conquista una copertura geografica totale, amplia la gamma di prodotti e soluzioni e acquisisce la tecnologia Israeliana, conosciuta per affidabilità ed elevata qualità. Lipman a sua volta acquisisce le competenze maturate da VeriFone nello sviluppo degli applicativi per i mercati verticali.

L'integrazione delle due società è totale e costituisce un compito interno ed esterno costante e di grande professionalità che occuperà il 2007.

La linea NURIT, marchio di punta della società Lipman, continua ad esistere con le caratteristiche tecniche che la distinguono e la rendono vincente sul mercato. Anche in Italia, lo dimostrano i risultati, il mercato ha dato piena fiducia e consenso al marchio NURIT.

Nulla si modifica nella struttura Italiana della filiale, a parte il nome che cambia da Lipman Italia in VeriFone Italia.

“Cims è orgogliosa di essere partner di Cariparma in queste due nuove esperienze di marketing relazionale. L'obiettivo è quello di abbinare ai servizi bancari anche vantaggi collegati alla vita quotidiana e ai bisogni del target in modo da consentire al cliente un considerevole risparmio di tempo ma soprattutto di denaro” – dichiara Luca Galgani, Responsabile Vendite in Italia di Cims – “Un altro aspetto molto importante è rappresentato da un vero e proprio percorso di Customer Experience che prevede momenti positivi e strutturati di contatto con il cliente nel tempo”.

“La scelta di abbinare un programma di fidelizzazione a questi due prodotti è data dalla volontà di rispondere alle sempre più diversificate esigenze di questi due

target di clientela” – dichiara Carmine Paolantonio, Responsabile Marketing e Comunicazione di Prodotto di Cariparma e Piacenza – “Gli esercenti la libera professione, dal 1992 a oggi, sono aumentati del 125%. Pur presentando esigenze diverse in base alla specifica professione svolta, tutte le categorie del settore esprimono una richiesta comune di flessibilità e modularità dei partner, oltre che un alto livello di qualità del servizio ricevuto. Il principio è in sostanza: “pretendo qualità perché fornisco qualità”.

In quest'ottica Cariparma Professionisti è stato studiato per soddisfare le esigenze trasversali del segmento, identificando le aree di interesse comune (ad esempio oltre il 69% del target dei liberi professionisti utilizza quotidianamente internet e i prodotti telematici) e quelle distinctive, con un atteggiamento di continua attenzione al mutare dei bisogni non solo bancari. Per questo abbiamo scelto Cims proprio per la sua capacità di essere con noi partner dei liberi professionisti.

Diverso è il discorso per i giovani 18-28: si tratta di un target fortemente orientato alla praticità e al risparmio nella gestione dei propri conti, sensibile alle mode e interessato a ottenere agevolazioni e sconti legate alle proprie aree di interesse: il divertimento, il lavoro, i viaggi, la mobilità, la formazione.

Tra l'altro questa categoria di utenti manifesta spesso insoddisfazione nei confronti delle banche e rivela una scarsa abitudine ad affidarsi all'interlocutore bancario per la gestione dei propri risparmi. In questo scenario Cariparma e Piacenza ha concepito VYP, un prodotto in linea con le esigenze di una clientela giovane, vicino al loro mondo e al loro modo di comunicare. Grazie al nuovo programma relazionale, sviluppato insieme a Cims, Cariparma si propone di sviluppare ulteriormente i servizi rivolti ai giovani, attivando un osservatorio permanente a loro dedicato.

VYP rappresenta attualmente per Cariparma e Piacenza circa il 5% dei conti correnti in essere; ha vinto il VI Loyalty Award nel 2004 e le declinazioni del prodotto (VypTeen e VypJunior) hanno vinto le Corone d'Oro del Marketing 2005”.