



Istituto Internazionale di Ricerca
Know how to achieve



La sinergia fra il programma di loyalty ioSi e le attività di micromarketing di CartaSi

Marco Bianchi Crema - CartaSi
*Responsabile Marketing
Customer Base*

Francesco Renne - ICTeam
Amministratore Delegato



Milano, 21/03/2007





- CartaSi e il mercato
- La carta di credito: una commodity?
- Il Club ioSi
- La relazione con la clientela
- Le azioni di marketing e il programma CARD
- Il ruolo di ICTeam in CartaSi
- Operational Data Store, Data Warehouse e Customer Database
- La suite Market Activator



Issuing

(emissione di plastiche e speso dei titolari)

Acquiring

(convenzione e accettazione delle carte presso gli esercenti)

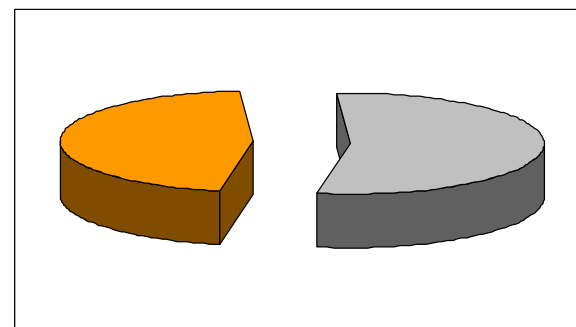


Nata nel 1985, CartaSi emette e gestisce carte di pagamento per conto di numerose **Banche italiane**, eroga servizi di negoziazione delle transazioni e gestisce i rapporti con la rete di accettazione.

CartaSi è da anni la **Società leader** nel mercato italiano delle carte di credito (**7 milioni di Carte** in circolazione):

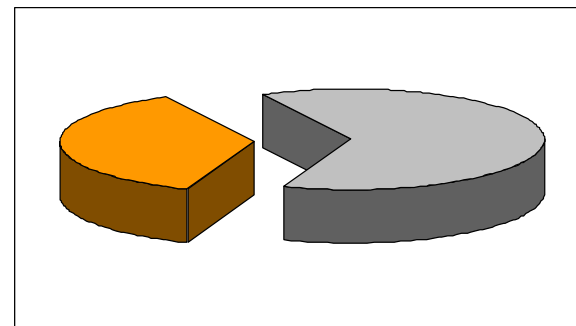
Speso

44%



Negoziato

37%



Fonte: elaborazione su dati Bankitalia 2005

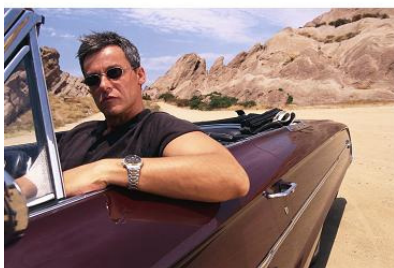


La carta di credito: una commodity? - 1

Diffusione e semplicità d'uso hanno reso la carta di credito una commodity, tuttavia la carta è un prodotto solo apparentemente indifferenziato ...



... che a fronte di personalità e stili di vita diversi ...



si trasforma in uno strumento calibrato a misura delle proprie esigenze ..



... caratterizzato da servizi distintivi di profilo elevato



**Estratto conto on
line**



**Servizi sms
informativi**



**Servizi sms dispositivi di
pagamenti**



**Sconti e
convenzioni**



Club ioSi



E' un programma di membership che riserva ai Titolari un set di vantaggi esclusivi e una raccolta punti dedicata.

➤ Agenzia viaggi dedicata

Sconto dal 7% al 20% sui viaggi (e sulle riduzioni già previste) dei maggior Tour Operator italiani. Servizio di biglietteria aerea internazionale e nazionale, con invio gratuito a domicilio dei biglietti

➤ Vantaggi e sconti con società partner

Accesso a sconti e vantaggi offerti da società partner del programma (Alliance Alberghi, Jolly Hotels, Genialloyd, Maggiore, Sixt, International Know How, ...)

➤ Concorsi

Sorteggio periodico, fra tutti gli aderenti al Club, di premi messi a disposizione dai Partner

➤ Catalogo premi

Accumulo di punti per ogni pagamento effettuato con CartaSi (1 punto ogni euro di spesa). I punti accumulati possono essere utilizzati per redimere i premi contenuti nel catalogo o possono essere convertiti in punti di altri programmi fedeltà (Vodafone, Tim, Alitalia, Meridiana, Q8, Enel Gas)



Scambio punti



Catalogo premi



Premi





Scambio
punti



Catalogo
premi

Premi

Target emozionale



Target self care



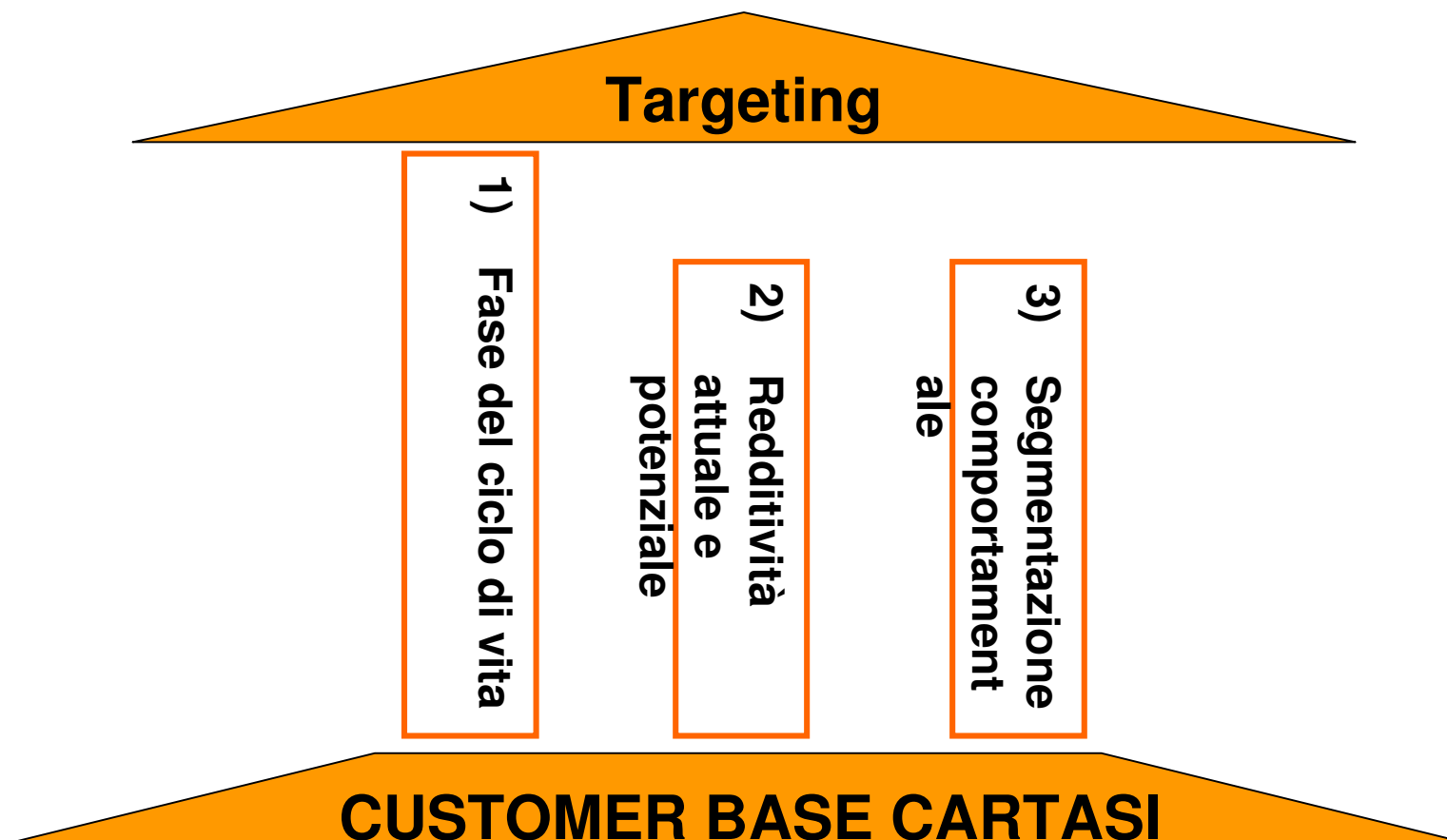
Target razionale



Target charity

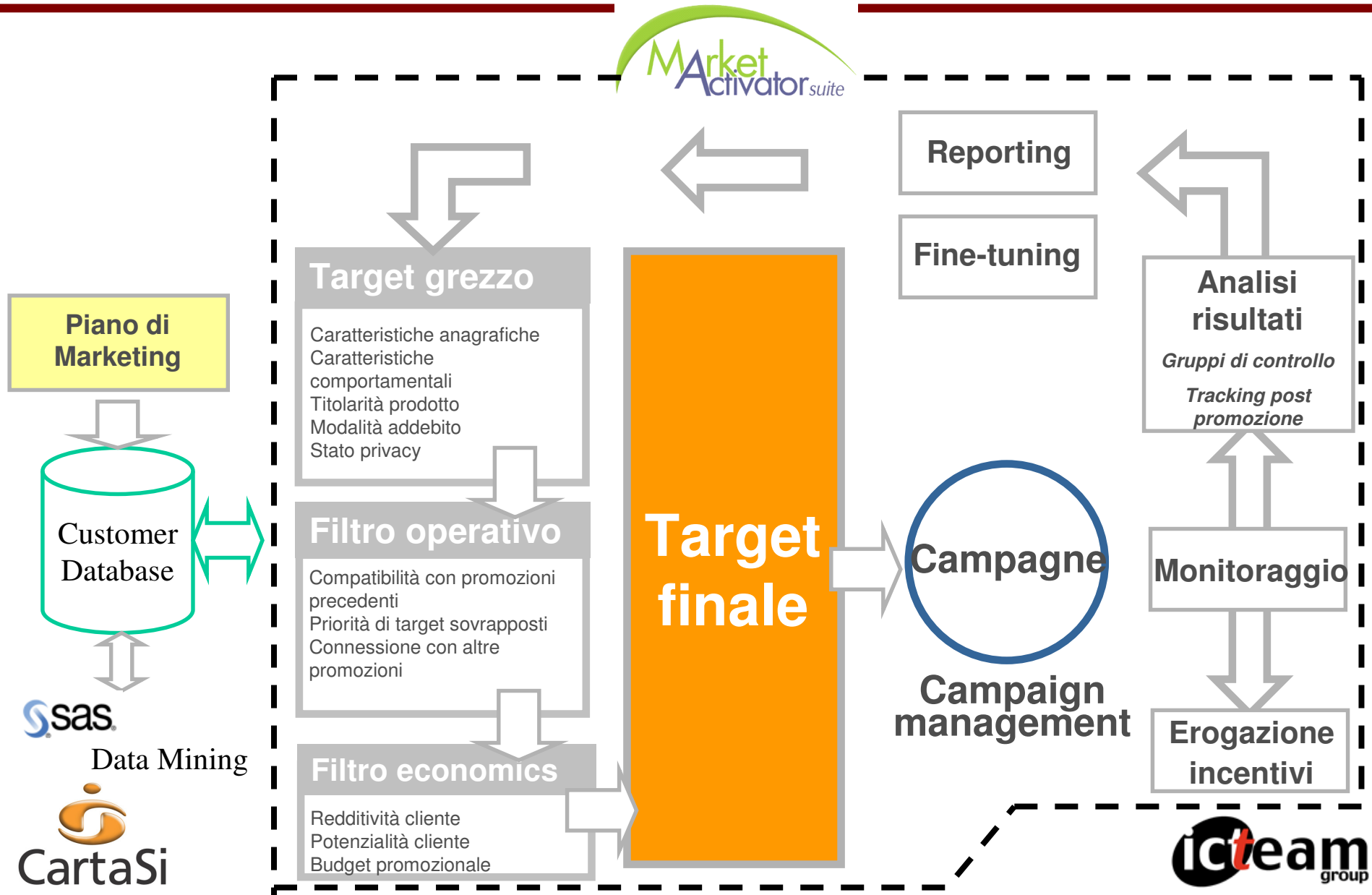


Le azioni di marketing CartaSi si correlano efficacemente alle esigenze e al livello di relazione con la clientela





Targeting e Campaign Management: sintesi



Customer Activation, Retention and Development

Programma integrato continuativo per la valorizzazione del rapporto con la clientela



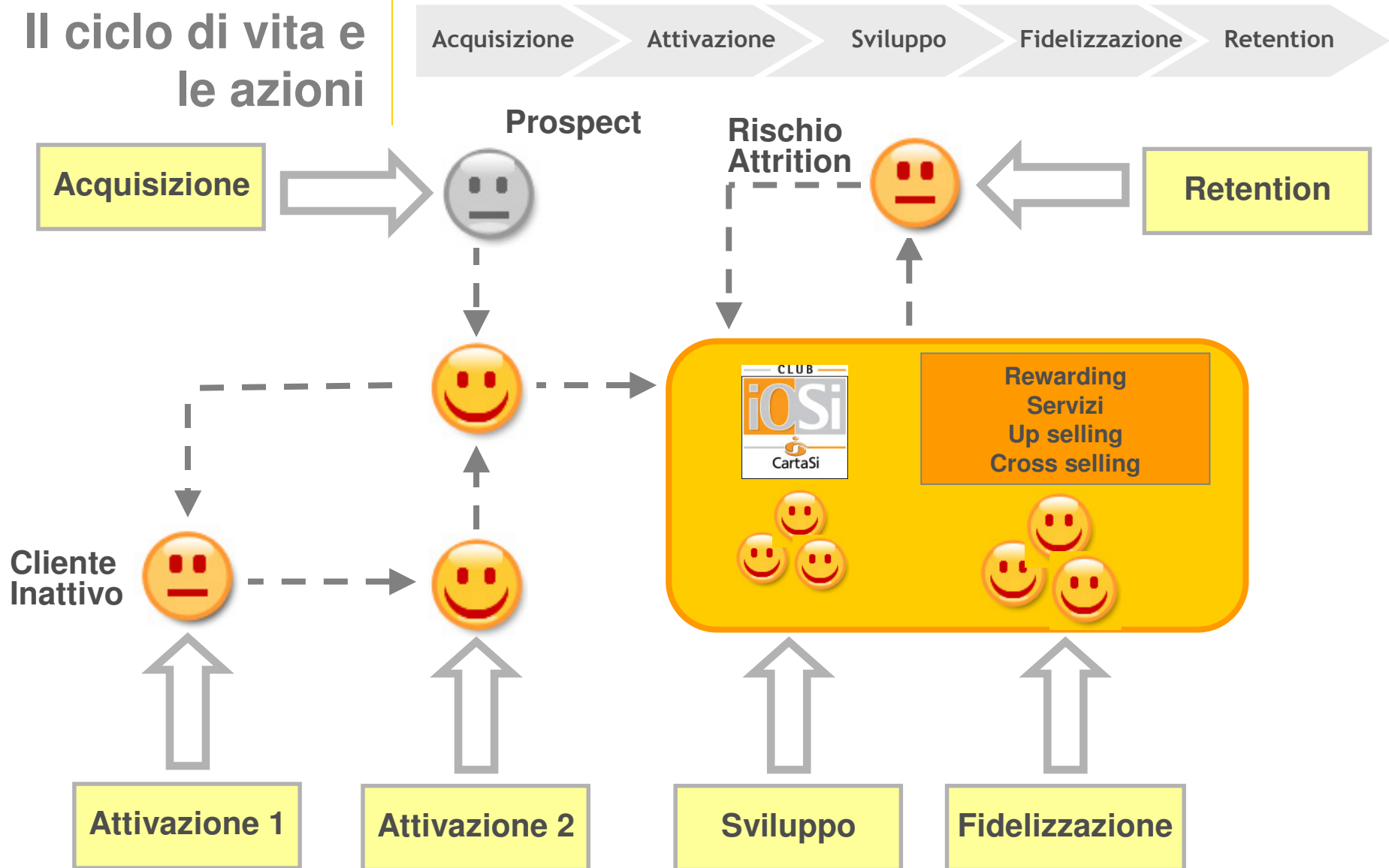
Programma vincitore del **CRM Award 2005** per la migliore azione di Micro-Marketing



Lancio di 15 campagne mensili
Gestione di 350mila nuovi contatti medi e 430mila recall mensili



Il ciclo di vita e le azioni



Il Club ioSi: la soluzione ideale alle problematiche di CARD



Come proporre incentivi attraenti a clienti con esigenze e gusti dissimili?

Utilizzando un catalogo ricco di appeal che offra ampia possibilità di scelta

Come mantenere attivo l'interesse della clientela una volta esaurito il periodo promozionale?

Veicolando i clienti all'interno di un piacevole programma continuativo

Come acquistare al meglio i premi e come risolvere i relativi problemi di logistica?

Sfruttando le economie di scala e la struttura di gestione di un solido programma già avviato





Per affrontare una grande sfida ...



... limitandone i rischi e gli incidenti di percorso ...



... è opportuno disporre di un partner che garantisca di gestire con serenità le iniziative più complesse



ICTeam, opera nel settore ICT attraverso tre divisioni:

- Progettazione: disegno e realizzazione di progetti chiavi in mano nell'area del data warehouse e della business intelligence, delle applicazioni SOA, fino ai servizi di system integration, di consulenza architeturale e di analisi di performance.
- Prodotti: sviluppo e commercializzazione di piattaforme software per l'implementazione di soluzioni di e-learning loyalty e campaign management, incentive management, message management e content management.
- Servizi: erogazione di servizi di hosting dedicato, application management remota e on site, ASP, Virtual working place e servizi di telefonia fissa VoIP.



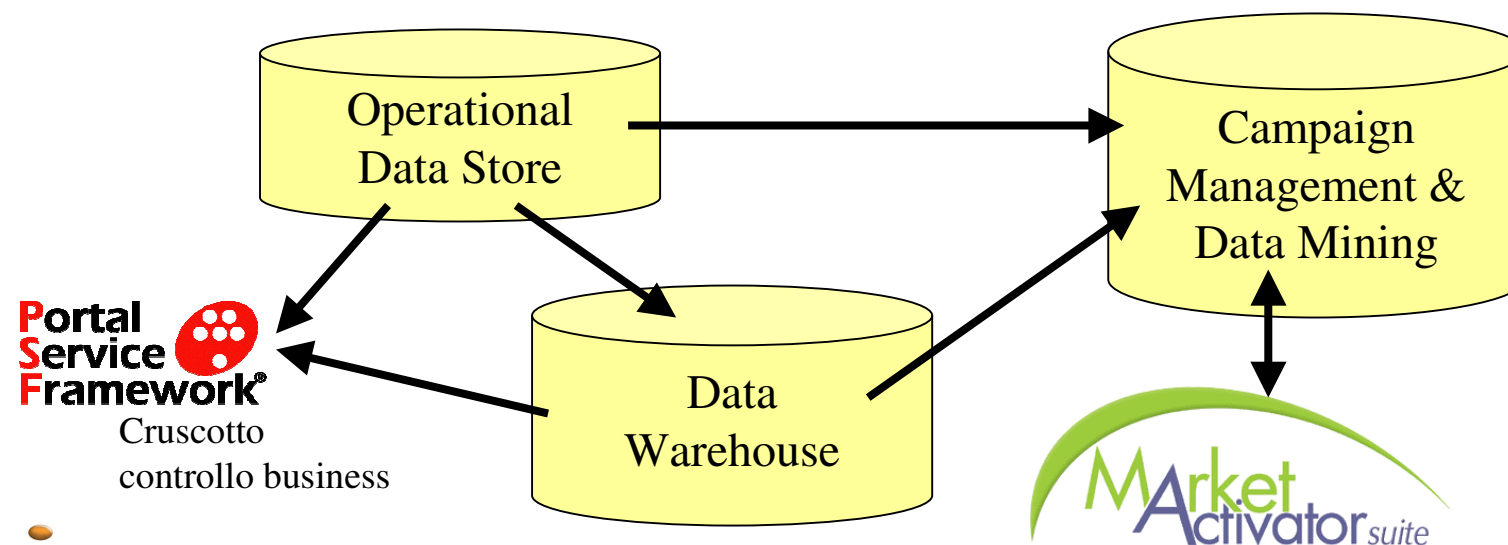
Istituto Internazionale di Ricerca
Know how to achieve

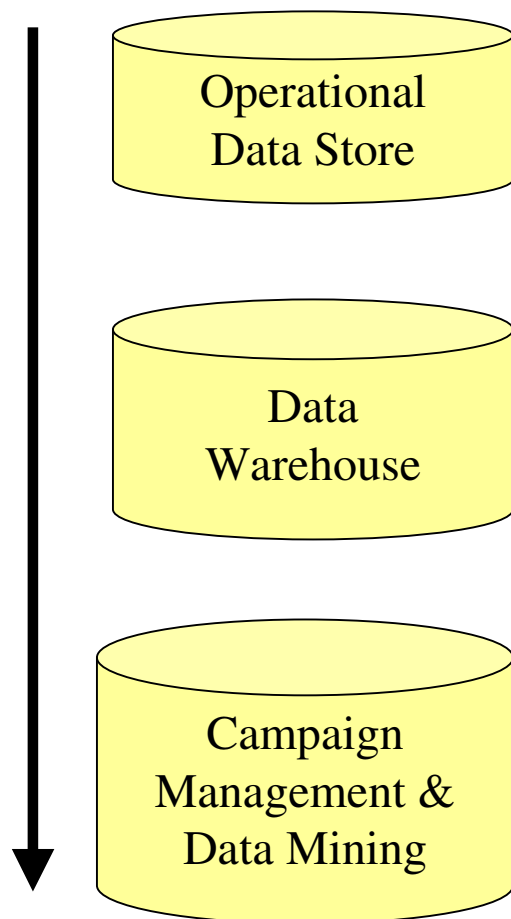
Alcuni clienti di ICTeam



ICTeam fin dal 2000 è un partner affidabile di CartaSi nelle aree di gestione ed interpretazione dei dati di business.

Questa è una semplice rappresentazione dei progetti più importanti:





ODS: dati di business allineati giornalmente e resi disponibili anche ad altre applicazioni operative. Organizzato in modello relazionale

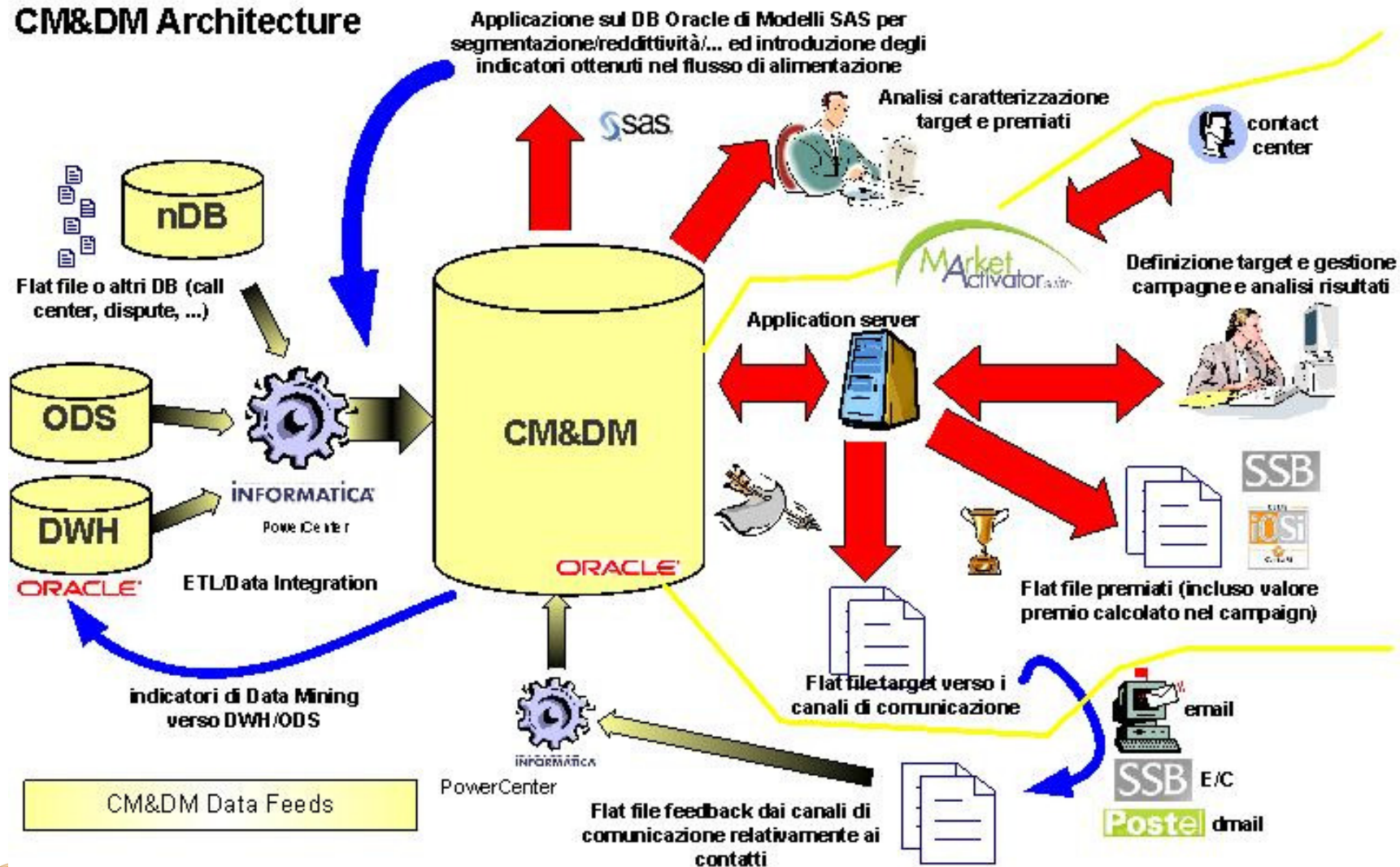
DWH: allineato mensilmente, contiene tutti i dati relativi a banche, titolari ed esercenti. Organizzato in modello dimensionale

CM&DM: rappresenta il customer database: allineato mensilmente, fortemente denormalizzato, organizzato su tre aree: titolari consumer, titolari corporate, esercenti. Utilizzato giornalmente via SAS e Campaign Activator (modulo della suite Market Activator)



L'architettura tecnica del progetto CM&DM - CARD

CM&DM Architecture

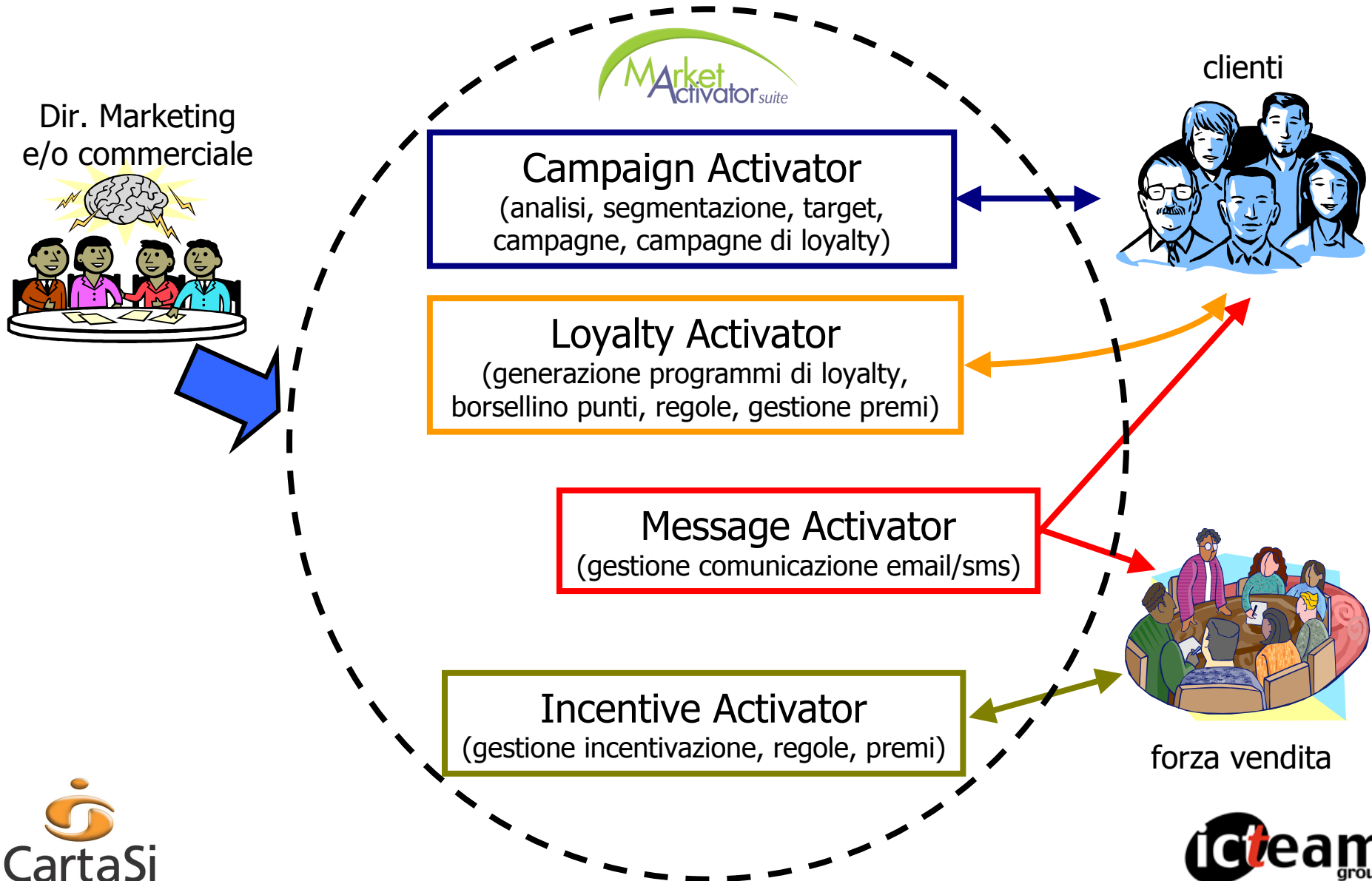


Con il progetto di generazione del nuovo Customer Database e l'integrazione del modulo di campaign della suite Market Activator, sono stati raggiunti i seguenti risultati:

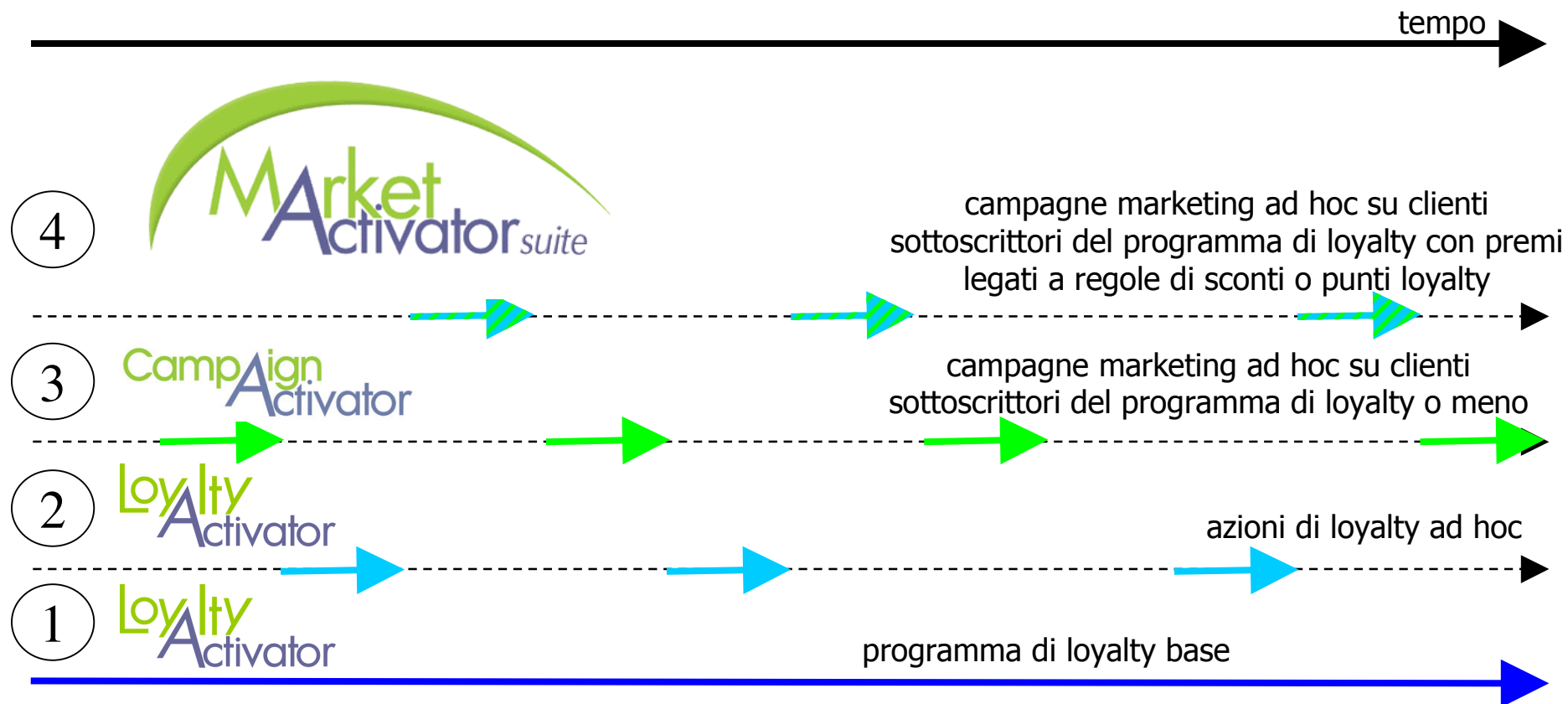
- introduzione di una nuova base dati orientata al cliente (titolare ed esercente) ed utilizzabile sia lato campaign management che data mining
- introduzione di un sistema sofisticato di campaign management che segue il ciclo dalla generazione del target al calcolo dei premi per il cliente ed alla integrazione con gli altri sistemi (call center, loyalty system, ...)
- generazione di target semplici in meno di 10 minuti, di target più complessi in meno di 40 minuti
- generazione di nuova informazione relativa ai titolari/esercenti

Market Activator è una suite composta da quattro diversi moduli che coprono esigenze diverse, ma tipicamente complementari per i settori marketing/commerciale delle aziende:

- **Loyalty Activator** per la gestione delle dinamiche di loyalty
- **Campaign Activator** per il campaign management
- **Incentive Activator** per l'elaborazione delle dinamiche di incentive
- **Message Activator** per la gestione delle comunicazioni multi-canale alla clientela



La suite Market Activator consente di elaborare strategie sinergiche per migliorare le azioni sulla clientela:





Grazie per la cortese attenzione.

marco_bianchi_crema@cartasi.it

francesco.renne@icteam.it