

Il Digital Direct Marketing 2.0 per il mondo dei servizi finanziari

ari direct!

piattaforma di relational marketing
via mail e mobile per la composizione
dinamica dei messaggi e valorizzazione
dei messaggi transazionali attraverso i
profili del contatto residenti sul CRM.

ari survey!

strumento di questionari online
multimediali erogabili tramite invito
personalizzato via email. I dati raccolti vengono
arricchiti integrandoli con i profili utente contenuti
nel CRM.

arieCoupons!

strumento di gestione centralizzata di programmi di fidelizzazione,
anche multipartner, per realizzare campagne di incentivazione,
generazione di traffico sul punto vendita e MGM. Erogabile
digitalmente consente di tracciare tutto il processo
con ottica anti-frode.

ari reversal!

accantonamento e gestione delle spese di telecomunicazioni
ground, call center, outbound, mobile e fisso per ridurre i costi
permettendo un controllo di gestione puntuale della spesa



BANCA POPOLARE
DI MILANO



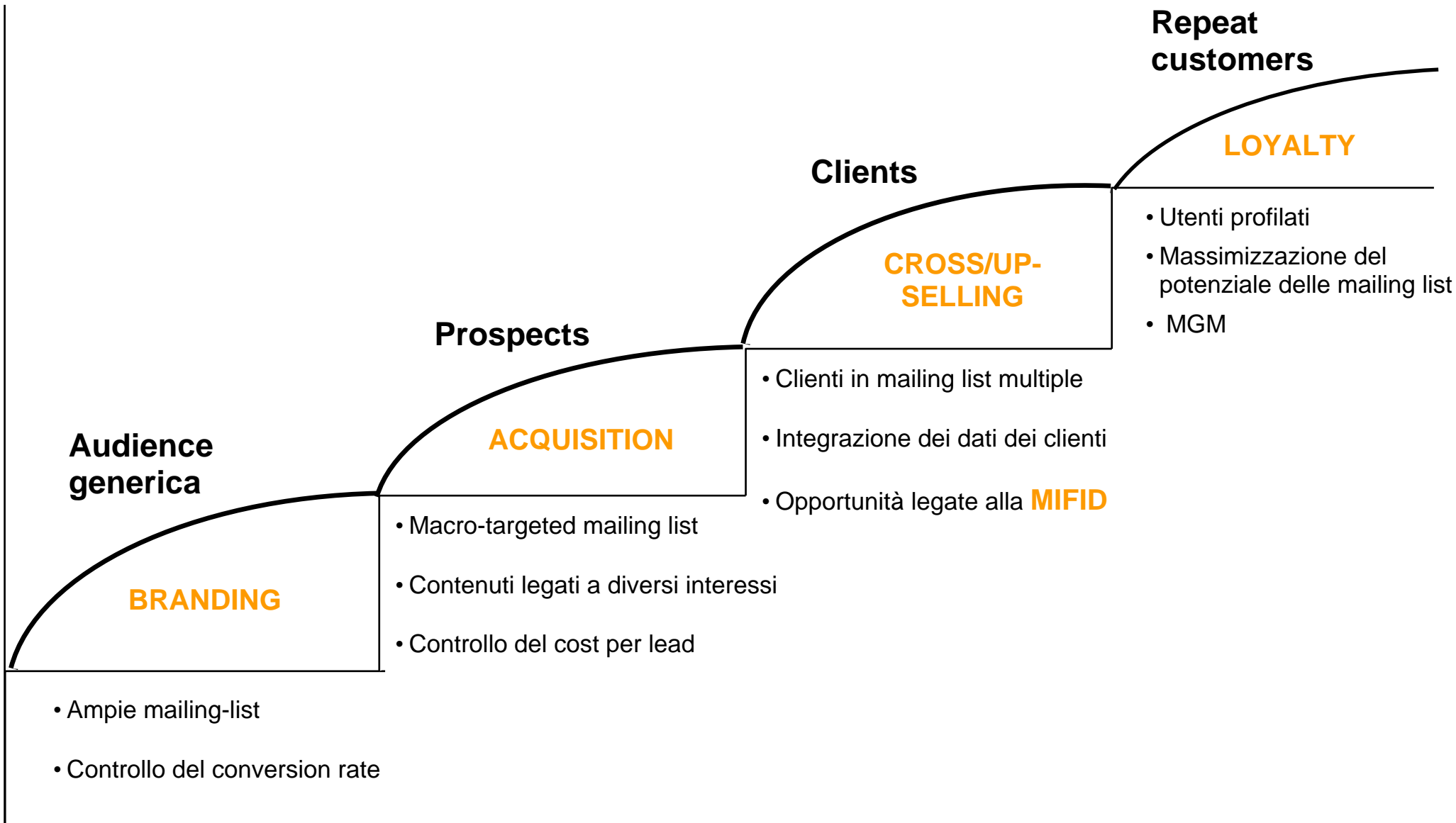
GENERALI
Assicurazioni Generali



INTESA  SANPAOLO



GRUPPO
BANCA SELLA



Stimulate trading Platform enhancement New product	Notifications Account changes
PAM messages Tips & Advice	Account Info
No	Yes
Mandatory	

(M, X) = (if mandatory, time-critical 1-5)

Communications	Organizational source						...
	Cash Mgmt	Acc Mgmt	Marketing	Prod Dev	Strategy	PAM	
Account Info		(M, 3)					
Account Changes							
New Products							
Platform Enhancement							
Stimulate Trading							
Tip & Advice							
Notification		(M, 5)					
...							

Map communications and sources

Customer	Number of mandatory communications	Total communication output
	XXX	Cap
	XX	Cap
	XX	TBD
	X	Floor

Leverage mandatory communications to deliver additional messages

Define the amount of additional communications a customer can be

	<u>Rationale</u>	
<u>Types</u>	<u>Schedule</u>	<u>Content</u>
Newsletter	Periodic	Editorial
Marketing mail	Ad hoc	Products & services
	Ad hoc	Relation
Transactional messaging	Event driven	Notification

PAM is a specific vehicle which may contain additional communications from other organisational sources

Each vehicle is clearly identified by a specific sender@bank.com

Define vehicles

Define communications objectives per cluster

Define total amount of exposure per cluster

Define the mix of vehicles per cluster

Define which communications fit into which vehicle

Cluster	Objective	Cluster	Max Output
A	<ul style="list-style-type: none"> •Cross-selling •Relation building 	A	XXX + a
B	<ul style="list-style-type: none"> •Up-selling •Development 	B	XX + b
...	

Cluster	Vehicle mix
A	<ul style="list-style-type: none"> •Transactional 95% •Marketing mail 1% •PAM 4%
D	<ul style="list-style-type: none"> •Transactional 25% •Marketing mail 20% •PAM 30% •Newsletter 25%

Communications	Vehicle				
	Newsletter	Marketing	PAM	Transactional	...
Account info				✓	
New Product	✓	✓	✓	✓	
Specialist Training	✓	✓	✓	✓	
TPI & Advice			✓		
...					

per ulteriori informazioni
www.kiwari.com