



Le operazioni di fidelizzazione degli operatori mobili europei passano attraverso la piattaforma Intelligent Mobile Marketer (IMM) di Buongiorno.

Dopo Telecom Italia Mobile e Telefonica O2 in UK anche il principale operatore belga - Proximus - sceglie la soluzione della società leader nel mobile entertainment e lancia il concorso Play&Gold per premiare i clienti prepagati e aumentarne la fedeltà.

Milano, 9 febbraio 2010 - Buongiorno (MTA STAR: BNG), multinazionale italiana leader nel settore del mobile entertainment, annuncia il lancio di un nuovo programma di loyalty - chiamato **Play&Gold** - per i clienti delle schede prepagate Pay&Go di Proximus, il principale operatore mobile del Belgio, basato sulla piattaforma Intelligent Mobile Marketer (IMM) che permette di gestire in tempo reale le attività di Customer Relationship Management.

L'accordo con Proximus è il quarto in ordine di tempo e conferma la versatilità della piattaforma IMM di Buongiorno, che in poco più di tre anni si è dimostrata una tra le soluzioni più innovative di mobile CRM. Questi strumenti sono ormai divenuti parte integrante dell'offerta degli operatori, soprattutto nei mercati più maturi come quelli europei, nell'ambito di una strategia di fidelizzazione che mira a ridurre gli effetti di una concorrenza sempre più aggressiva sulle tariffe. La protezione di un cliente acquisito (piuttosto che l'acquisizione di un nuovo cliente) sta diventando per gli operatori un asset imprescindibile - in termini di investimenti in tempo e risorse.

Buongiorno ha sviluppato la piattaforma IMM sfruttando le competenze e la tecnologia maturati in dieci anni di attività al fianco degli operatori mobili. La soluzione permette di premiare la fedeltà dei clienti erogando un premio in tempo reale - minuti di conversazione e SMS, o prodotti hi-tech e buoni acquisto - nel momento stesso in cui viene effettuata una ricarica (in genere, superiore a 10 o 15 Euro), con un impatto immediato sulla soddisfazione e la fidelizzazione del cliente.

Secondo una ricerca IDATE (Mobile 2009. Markets & Trends. Facts & Figures), la riduzione di un solo punto percentuale del numero dei clienti che abbandonano un operatore mobile - che in Europa è particolarmente alta, e quasi sempre superiore al 20% su base annua - si traduce in un aumento significativo dell'ARPU.

La piattaforma IMM è stata implementata inizialmente da Optus in Australia per il concorso Win Every Time, nel corso del 2008 si è aggiunto l'accordo con Telefonica O2 nel Regno Unito per Top Up Surprises e nell'autunno del 2009 Telecom Italia Mobile per la gestione del concorso Ricarica & Vinci.

Andrea Casalini, Amministratore Delegato di Buongiorno, ha commentato: "L'accordo recentemente siglato con Proximus è una conferma ulteriore del successo della nostra piattaforma IMM, che da un lato sfrutta un meccanismo semplice - l'invio di un SMS in tempo reale - in grado di fornire una gratificazione immediata, aumentando così la fedeltà del cliente finale, dall'altro è basato su sofisticati algoritmi di marketing, che inglobano una pluriennale esperienza su programmi CRM. IMM è uno dei prodotti chiave per gli obiettivi di crescita di Buongiorno nel 2010 e ne conferma ruolo quale partner strategico per gli operatori mobili a livello mondiale".

Meccanica dei Concorsi IMM

La meccanica dei concorsi basati sulla tecnologia IMM è molto semplice: quando viene effettuata la ricarica di una scheda prepagata per un ammontare pari o superiore a 10 o 15 Euro, l'utente riceve un messaggio di congratulazioni che contiene un codice unico da utilizzare sul sito web dedicato per scoprire l'entità di un premio, che varia a seconda dell'ammontare della ricarica e può essere di categoria Silver (traffico) o Gold (fotocamere digitali, buoni acquisto, biglietti per il cinema o gli eventi sportivi, trattamenti termali...). Inoltre, ciascun Euro di ricarica rappresenta un'opportunità in più per vincere l'estrazione del super premio finale.

Informazioni su Buongiorno SpA

Buongiorno S.p.A. (MTA STAR: BNG) è una multinazionale leader nel mercato del mobile entertainment. La società vanta una presenza internazionale con 24 uffici e business in 57 paesi e 5 continenti, connessioni dirette con più di 130 operatori telefonici e accesso a oltre 2 miliardi di clienti. La società articola la propria attività su due linee di business: i servizi a valore aggiunto distribuiti direttamente - con il brand per servizi di Mobile Content BlinkoGold e con il brand di Mobile Social Networking Peoplesound - e in partnership con i principali operatori telefoniche e gruppi media (Consumer Services) e la linea di business dei servizi di marketing relazionale per le imprese (Buongiorno!Digital).

Per ulteriori informazioni su Buongiorno consultare il sito web: www.buongiorno.com o contattare:

Eleonora Villanova

Global PR & IR Executive

Tel. +39 02 582131

Email: eleonora.villanova@buongiorno.com