



ICTeam a Planet Card, Martedì 10 marzo 2009



ICTeam partecipa a planet card, l'annuale meeting dedicato alle soluzioni tecnologiche, di sicurezza e di marketing nell'universo card e sistemi di pagamento. Il meeting si tiene il 10 e 11 marzo 2009 a Milano, Atahotel executive e vuole essere il punto di incontro e di analisi dello stato del mercato, dalla psd ai mobile payment, i nuovi operatori, le opportunità e i modelli di business emergenti.

ICTeam sarà presente con un proprio stand ed alla **sessione gratuita a che si tiene il 10 marzo dalle ore 11,00** dal titolo **Marketing & loyalty trends in payment systems**.

La sessione è dedicata specificatamente agli strumenti ed i processi di fidelizzazione della clientela utilizzando in particolare le carte di pagamento e le carte fedeltà come mezzo di relazione per ottenere informazioni sul comportamento d'acquisto ed orientare le scelte di business della clientela.

ICTeam presenta le soluzioni di Business Intelligence: consulenza, disegno ed implementazione di soluzioni di data warehouse e di data mart, con particolare focalizzazione sui customer data mart da utilizzarsi per migliorare la conoscenza e la relazione con i clienti, anche con tecniche di data mining. Le soluzioni sviluppate da **ICTeam** coprono l'intero ciclo di vita di un progetto di **Data Warehouse:** analisi dei sistemi fonte, progettazione concettuale, logica e fisica della base dati dimensionale, realizzazione di tutti gli step di alimentazione dati, accesso al **Data Warehouse** con strumenti di query, reporting o di data mining.

L'interpretazione analitica dei dati raccolti è finalizzata a costruire una visione a 360° sui clienti, sui prodotti e sui partner per consentire alle aziende di prendere decisioni ponderate e motivate e di utilizzare al meglio le leve di marketing.

Un convegno per capire quali sono le strategie di Loyalty e di Crm in tempi di crisi

Giovedì 12 marzo 2009 - ore 10.00 a Fieramilanocity - padiglione 3 - sala Asia si terrà il convegno **Le strategie di Loyalty e di Crm in tempi di crisi**. L'adozione generalizzata di schemi di fidelizzazione in tutto il comparto retail ha creato uniformità delle campagne e assuefazione da parte del consumatore. L'every day low price è una pratica dall'esito incerto e rischioso per i margini di profitto. L'industria di marca privilegia promozioni di breve periodo, nell'incertezza dell'evolversi della crisi.

Interverranno alcuni tra i protagonisti del mercato della promozione, dell'industria e del retail per un'analisi approfondita delle opportunità che le promozioni possono offrire per fronteggiare la crisi dei consumi e la ripresa.

Le promozioni presentano una gamma vastissima di strumenti, tutti misurabili e modulabili in relazione alla rispondenza del consumatore, alle sue peculiari esigenze e aspettative. Aprire una relazione con il consumatore, intrattenerla e mantenerla nel tempo implica l'utilizzo di componenti, come creatività, canali di comunicazione, selezione degli elementi premianti e gratificanti, valutazione della percezione dell'extra gain, analisi dinamica dei dati del profilo di consumo, che non trovano ancora sufficiente attenzione.

In questo numero:

- ICTeam a Planet Card, Martedì 10 marzo 2009
- Un convegno per capire quali sono le strategie di Loyalty e di Crm in tempi di crisi
- Admenta sceglie ICTeam per la soluzione Loyalty nelle proprie farmacie



Il convegno vuole porre l'accento sugli strumenti e le opportunità offerte dalle promozioni per ridefinire il loro impiego nelle strategie competitive dell'industria, dei servizi e del retail sia nel momento contingente della crisi sia nella fase di ripresa.

Il convegno è organizzato da **Promotion Magazine** ed è a partecipazione gratuita, è possibile registrarsi al sito www.promotionexpo.it.

Admenta sceglie ICTeam per la soluzione Loyalty nelle proprie farmacie

“**Admenta**, holding italiana del gruppo Celesio ha scelto **ICTeam** per l'analisi performance del programma di fidelizzazione clienti con carta fedeltà farmacie di Cremona. Il progetto prevede una consulenza finalizzata ad un'analisi del progetto di fidelizzazione attuale, principali parametri vitali della fidelity card, principali indicatori economici e la **realizzazione del nuovo progetto di fidelizzazione** nelle farmacie comunali gestite da **Admenta** nelle farmacie di Cremona utilizzando **Loyalty Activator** per l'applicazione di regole di fidelizzazione flessibili in base ai diversi gruppi di clientela.

ICTeam propone alle aziende del comparto (consorzi, gruppi associati di farmacisti) un'offerta in outsourcing di gestione dei programmi di fidelizzazione della clientela basata sull'utilizzo **Loyalty Activator** (un loyalty manager) e **Campaign Activator** (un campaign manager), entrambi facenti parte della suite **Market Activator**, implementabile e personalizzabile per elaborare strategie mirate di loyalty management e azioni di **CRM** sulla clientela finale. **ICTeam**, grazie all'expertise di marketing relazionale e di progettazione e realizzazione di applicativi dedicati alla gestione delle dinamiche di fidelizzazione, propone strumenti tecnici e strategici per progettare e realizzare campagne di loyalty ad hoc.

L'intervento di **ICTeam** si concentra su queste attività: fornitura di terminali e carte fedeltà, il modulo **Loyalty Activator** per l'applicazione di regole e il riconoscimento di premi. La potenzialità di questo intervento è quella di rendere possibile avvalersi delle informazioni provenienti dalle transazioni effettuate per capire le abitudini di acquisto e la tipologia di cliente, condividere i dati (in tutto od in parte) con altri attori (ad. es. fornitori), nonché effettuare campagne promozionali più efficaci e più flessibili grazie anche all'automazione totale dei processi informatici.”

ICTeam S.p.A. Via Azzano San Paolo, 139 - 24050 Grassobbio (BG) - Telefono: 035 4232111 Fax: 035 4522034 / www.icteam.it

AVVERTENZA Legge 196/2003. Tutela delle persone e di altri soggetti rispetto al trattamento dei dati personali. Gli indirizzi e-mail presenti nel nostro archivio provengono o da richieste di iscrizioni pervenute al nostro recapito o da elenchi e servizi di pubblico dominio pubblicati in internet, da dove sono stati prelevati. Si ricorda che è sufficiente cliccare **QUI** per rimuovere il proprio indirizzo dall'archivio.