

Estratti conto

L'impatto cambia con personalizzazione e colore

Già nell'occhio del mirino degli esperti di marketing aziendale, le opportunità offerte dal colore e dalla personalizzazione per gli estratti conto mensili, che si trasformano da documenti banali a motori transpromozionali per il cross-selling e il Crm



Il **TransPromo**, ovvero la stampa transazionale e promozionale, prevede l'impiego selettivo di messaggi promozionali o pubblicitari accanto a importanti informazioni transazionali all'interno di documenti quali estratti conto, bollette, conferme, notifiche.

Quando mancano tempo, capacità e strumenti per arricchire le strategie di comunicazione con documenti a colori con dati variabili, serve un partner tecnologico esperto per gestire i dati, comporre le pagine variabili e stamparle con una qualità impeccabile. Storia esemplare è quella di **Oniya-Shapira**, che una volta superate tali fasi, si è messa a disposizione dei clienti corporate per aiutarli a raggiungere un nuovo livello di comunicazioni a colori personalizzate e differenziate per segmento di mercato.

COMUNICARE IL VALORE DI MARKETING

"Quando ci siamo resi conto del valore della stampa transpromozionale in quadricromia, abbiamo pensato immediatamente a Israel Credit Cards, un nostro cliente che emette le principali carte di credito, (come Visa, Diners Club e MasterCard) e fedeltà e di credito al consumo. Oniya-Shapira produceva già gli estratti conto di Cal utilizzando fogli preintestati per la sovrastampa digitale in bianco e nero, ma nonostante l'inserimento di alcuni messaggi di marketing, l'implementazione era limitata. Ci siamo spremuti le meningi per poter presentare ai clienti una proposta commerciale che incrementasse il valore dei loro estratti conto aggiungendovi il colore e messaggi promozionali.

Per riuscire a vendere l'idea a società come Cal,"dice Ravit "occorre dedicare

tempo all'ufficio marketing." La proposta di Oniya-Shapira al responsabile marketing di Cal era sostanzialmente quella di rivolgersi in modo diverso a ciascun cliente attraverso messaggi personalizzati con esempi predisposti ad hoc. "Una buona presentazione aiuta i clienti a capire la piattaforma e il valore che può rivestire per loro e per i loro clienti."

Inizialmente la proposta indirizzava gli estratti conto transpromozionali solo ai clienti più importanti: "Ritenevamo in tal modo di avere una maggiore probabilità di vendere l'applicazione" spiega Ravit "dato che è più facile giustificare il costo degli estratti conto in quadricromia per clienti più remunerativi."

A sorpresa, Cal scelse di adottare la nuova applicazione di adottare gli estratti conto transpromozionali per tutti i titolari, in quanto capì che utilizzare gli estratti conto

Un esempio di integrazione tra report e campagna marketing

come piattaforma di marketing sarebbe stato un successo sia per i rapporti con i clienti sia riguardo al fatturato, indipendentemente dalla rilevanza del singolo cliente.

"A quel punto dovevamo rendere operativo un sistema che avrebbe prodotto ogni mese circa otto milioni di pagine di estratti conto transpromozionali, mentre i precedenti contenevano messaggi personali testuali in bianco e nero con la grafica ridotta al minimo. Dovevamo di fatto ripartire da zero, il prodotto era completamente diverso."

IMPLEMENTAZIONE INDOLORE

L'implementazione di applicazioni transazionali personalizzate può risultare un processo lungo e complesso, ma la durata dipende dalla qualità dei dati forniti: banche e società di telefonia sono, di solito, in possesso di buoni dati con messaggi di marketing, norme di gestione e immagini già disponibili. In questi casi, l'implementazione può richiedere anche meno di sei mesi. Nei casi dove il livello di sviluppo non è così, può occorrere un anno o più, specialmente se vi sono file di dati preesistenti in formati superati, non facili da importare.

DA UN LINGUAGGIO A UN ALTRO

La tracciabilità e i rendiconti consentono la misurazione del Roi per Oniya-Shapira e i suoi clienti. *"Il nuovo sistema permette di usare diverse tavolozze di colori per le diverse carte di credito. Si possono mischiare o alternare con effetto immediato durante la stampa e senza intervento da parte dell'operatore."*

In passato, per questo tipo di cambiamenti si dovevano usare fogli prestampati, oppure interrompere il flusso per cambiare la carta. Ma permette anche di produrre documenti in ebraico: il testo ebraico si stampa da destra a sinistra, ma i numeri si stampano da sinistra a destra. Durante la creazione e la gestione dei documenti, il software di composizione deve passare senza soluzione di continuità dal formato destra-sinistra a quello sinistra-destra."



GESTIONE AUTOMATICA DEGLI SPAZI BIANCHI

Nella fase di preparazione della stampa di un estratto conto, Cal trasmette diversi file di dati a Oniya-Shapira, compresi dati transazionali, messaggi di marketing, contenuti e immagini digitali e norme di gestione.

"Combiniamo tutte queste informazioni nel nostro database Oracle, poi usiamo il software PrintNet per programmare il processo di stampa. Questo ci permette di sfruttare i campi chiave del database relazionale per assicurarci di abbinare i messaggi di marketing e le immagini al destinatario appropriato, in base ai dati transazionali e alle norme di gestione."

Per interpretare le norme, spesso è necessario che il sistema esamini diversi

L'AZIENDA

Oniya-Shapira ha sede in Israele ed è tra i maggiori servizi di stampa digitale a colori al mondo, con 500.000 pagine stampate ogni giorno. Offre anche servizi di prestampa, stampa digitale in bianco e nero, stampa offset e tutta una serie di finiture. *"In gran parte la nostra attività consiste in estratti conto e bollette per banche, compagnie assicurative e società di telecomunicazioni, compresa la Tv via cavo"* dice **Ravit Spiegel**, vice-presidente Marketing della società.

campi del database e calcoli perfino i valori risolti in base alle norme di gestione. Le norme determinano anche quali immagini usare per ciascun destinatario. Nel momento in cui il sistema compone i singoli estratti conto, per esempio, una norma può stabilire che se un campo indica un determinato livello di appartenenza a un club, dovrebbe corrispondere a uno specifico messaggio di marketing.

Un'altra norma potrebbe stabilire che se c'è più di mezza pagina di spazio bianco, sarà inserito un coupon o un messaggio di marketing.

La gestione dinamica degli spazi bianchi permette l'aggiunta immediata di immagini, testo o altri contenuti a seconda dello spazio disponibile in ciascun documento.

OTTENERE DI PIÙ DAGLI ESTRATTI CONTO

Con il nuovo modello transpromozionale, per Ravit, il numero medio di pagine per busta è triplicato rispetto ai precedenti estratti conto in bianco e nero. Questo crea un ulteriore valore aggiunto per gli estratti conto, rendendoli di fatto una risorsa disponibile per promuovere prodotti e servizi di Cal e di terzi.

C'è anche più spazio per commercializzare un programma fedeltà che permetta ai titolari di guadagnare vantaggi e sconti presso i rivenditori partner e altre società.

"Un tipico estratto conto consiste in una lettera personale come prima pagina. Potrebbe augurarmi buon compleanno o trasmettere messaggi specificamente correlati al mio conto. Le pagine delle bollette sono di lunghezza variabile e incorporano le offerte di Cal e dei partner. Una pagina finale è il rendiconto dei programmi fedeltà, compresi coupon e altre offerte."

COMM ACADEMY IS POWERED BY

GMC

SOFTWARE TECHNOLOGY

PER L'ITALIA

ATLANTIC ZEISER

www.gmc.net