



COMUNICATO STAMPA

Nuova campagna di fidelizzazione calibrata sui desideri di “evasione” degli italiani nel 2014

AL VIA “ENERGIAMO”, IL NUOVO PROGRAMMA CHE PREMIA LA FEDELTA’ DEI CLIENTI FLYENERGIA NEL 2014

Milano, 13 gennaio 2014 – E’ calibrata per sostenere in modo semplice e immediato la soddisfazione dei desideri più diffusi tra gli italiani in questo inizio di 2014 la nuova campagna di fidelizzazione di Flyenergia, tra i primi operatori italiani sul mercato nazionale dell’energia elettrica e gas. La campagna è realizzata in collaborazione con Affinion International, multinazionale leader nel marketing relazionale e customer engagement.

Dopo il successo della campagna 2013, che puntava al sostegno dei clienti in difficoltà economiche in conseguenza della perdita del posto di lavoro, Flyenergia ha deciso di proporre ai propri clienti l’accesso a un ricco pacchetto di premi, vantaggi e servizi che consente di realizzare i loro desideri di evasione e svago. Il pacchetto è pensato per soddisfare le attese dei clienti sia in un momento iniziale (dopo la sottoscrizione del contratto di fornitura luce & gas), sia successivamente su base quotidiana.

Il programma “Energiamo” è stato sviluppato sulla base di analisi articolate sulle esigenze e i desideri maggiormente avvertiti dagli italiani in questo difficile periodo. Secondo recenti indagini realizzate da Ipsos Marketing sui “regali” preferiti dagli italiani, la stragrande maggioranza (circa il 80%) predilige la possibilità di ricevere in regalo un’esperienza e al primo posto all’interno di questa categoria vi sono “vacanze e soggiorni”. Sempre il viaggio e la vacanza risultano essere i regali più ambiti dagli utenti di eBay, secondo quanto è emerso da una indagine realizzata su questo ampio campione della popolazione online in tempi recenti, mentre il gadget tecnologico, che è stato per lungo tempo ai vertici della classifica del “regalo perfetto”, viene oggi immediatamente dopo.

E’ per tutti sempre più difficile conciliare le proprie disponibilità economiche con il desiderio di evasione, per cui sarebbero sufficienti alcune spese non straordinarie: un viaggio, qualche occasione di relax, benessere e svago in strutture accoglienti e in mezzo al verde, attività sportiva o qualche ora in centri di wellness... E, a seguire, l’acquisto di nuovi strumenti digitali o accessori elettronici, oggetti di arredo o giochi per i bambini... Sono queste le possibili voci, sicuramente non di prima necessità, che tuttavia rientrano tra i cadeau oggi più apprezzati. Al fine di consentire queste soddisfazioni, che oggi sempre più italiani sono costretti a rimandare a tempi migliori, Flyenergia ha sviluppato un nuovo programma di fidelizzazione, che prevede l’attivazione diretta del cliente attraverso una piattaforma web dedicata.

“La nostra attività ci porta a essere in continuo contatto con la realtà della vita quotidiana degli italiani e ci consente di registrare i cambiamenti nelle loro abitudini e nelle loro aspettative tempestivamente. Abbiamo compreso che oggi c’è un crescente desiderio di evasione rispetto alle difficoltà ed è risultato quindi molto semplice per noi scegliere di premiare la fedeltà dei nostri clienti aiutandoli a soddisfare questo desiderio, da soli o con le loro famiglie”, ha affermato **Carlo Bagnasco, presidente di Flyenergia**. “Ci



auguriamo di contribuire a tanti loro momenti di felicità, aiutandoli in quelle spese che, grazie anche alle tecnologie web, sono oggi facilmente accessibili”.

“Siamo molto orgogliosi che Flyenergia ci abbia scelto come partner strategico per il tutto il 2014 con l’obiettivo di incrementare e consolidare il rapporto con i propri utenti – commenta **Giovanna Casale, Country Head di Affinion International in Italia** - La collaborazione rappresenta inoltre un’ulteriore opportunità per mettere a disposizione di una realtà dinamica, flessibile e innovativa quale Flyenergia una serie di servizi personalizzati e segmentati volti a mettere il cliente al centro ed aumentare ulteriormente la qualità del servizio percepito”.

Il programma si articola in tre iniziative:

Concorsi a premi riservati ai clienti Flyenergia che parteciperanno al programma “Energiamo” – Parte oggi il primo di cinque concorsi previsti nel 2014 che consentirà ai clienti residenziali e business di Flyenergia di partecipare all’estrazione di fantastici premi (uno Scooter Piaggio il primo premio, seguito da strumenti digitali dell’ultima generazione dei brand più prestigiosi); per la partecipazione al primo concorso è sufficiente collegarsi entro il 7 marzo 2014 al sito www.energiamo.it e seguire le indicazioni, senza alcun costo.

Vantaggi esclusivi per i nuovi clienti Flyenergia “dual fuel” – Sempre a partire da oggi, tutti coloro che sottoscrivono un contratto con Flyenergia per la fornitura di luce & gas riceveranno, oltre al ‘Welcome pack’ con tutte le informazioni per un consumo più efficiente di energia, anche una ‘Welcome card’ via email che dà diritto all’acquisto di viaggi secondo la modalità “paghi 1, prendi 2”. Il catalogo riservato ai clienti Flyenergia prevede pacchetti dei migliori Tour Operator italiani (Franco Rosso, Valtur, I Grandi Viaggi, Alpitour World, etc.), offerti in esclusiva appunto con la formula 2x1.

Il Club Vantaggi riservato ai clienti Flyenergia – A partire dal febbraio 2014, tutti i clienti Flyenergia potranno iscriversi gratuitamente a una piattaforma web che consentirà di accedere a un set molto articolato di sconti e offerte speciali, dedicati alla clientela Flyenergia, per la fruizione di servizi quali ristoranti, agriturismo, musei, teatri, vacanze studio, centri wellness, terme, palestre, etc. o l’acquisto di beni presso librerie, profumerie, catene negozi, etc.

Per informazioni sulla campagna Energiamo, è a disposizione il sito www.energiamo.it.

Flyenergia è tra i principali operatori italiani nel mercato dell’energia elettrica e del gas. Fondata nel 2002, parte del gruppo Energetic Source, la società è dedicata allo sviluppo di prodotti e servizi per le esigenze di fornitura energetica dell’utenza domestica e micro-business (artigiani, commercianti, liberi professionisti). Flyenergia è riconosciuta sul mercato italiano come uno degli operatori che hanno investito maggiormente nello sviluppo di un’offerta competitiva nell’ambito del “dual fuel” (luce e gas) e di un rapporto fiduciario con i propri clienti, fondato sui principi di correttezza, trasparenza e semplicità. A tale scopo, è stata sviluppata anche una piattaforma di servizio web based, a disposizione dei clienti che puntano alla massima consapevolezza e all’autonomia nelle scelte di consumo energetico.

Affinion International appartiene ad Affinion Group, il gruppo americano leader mondiale nel marketing relazionale, loyalty e customer engagement presente in 19 Paesi, con 40 anni di esperienza, 5.570 clienti e



un fatturato di 1.5 miliardi di dollari. In Italia Affinion offre servizi di marketing e consulenza alle principali banche e istituzioni finanziarie, assicurazioni, portali di e-commerce, aziende di trasporti nonché aziende retail, con l'obiettivo di supportarle nell'acquisizione di nuovi clienti e nella fidelizzazione di quelli già esistenti. Un team di professionisti studia soluzioni personalizzate sviluppando prodotti di tipo package, club, programmi a punti, programmi di incentivazione, o attivando pacchetti di servizi e sconti ad hoc su viaggi, attività per il tempo libero, salute e benessere e programmi di protezione (delle carte di pagamento, dei beni, delle persone) che le imprese offrono ai propri clienti. Per maggiori informazioni www.affinioninternational.it

CONTATTI PER LA STAMPA

Weber Shandwick Italia

Via Pietrasanta 14, Milano

Tel. 02 573781

Francesca Baldini +39 335 7357147, fbaldini@webershandwick.com

Alice Fracassi +39 340 2615259, fracassi@webershandwick.com

Flyenergia (Gruppo Energetic Source)

Paderno Franciacorta (BS)

Pasquale Corvaglia

Tel. 030 6577141 – cell 335 - 5786849

pasquale.corvaglia@flyenergia.it

Affinion International

Barabino & Partners

Alice Brambilla

a.brambilla@barabino.it

Paola Paletti

p.paletti@barabino.it

02/72023535