



Nota de prensa

Buongiorno lanza un nuevo programa de fidelización de clientes para Telefónica O₂ en Alemania

La compañía llevará a cabo un programa destinado a aumentar la fidelidad de los usuarios de tarjetas prepago utilizando su programa de marketing y CRM contextual "Recharge and Win"

Es el segundo acuerdo alcanzado con el grupo Telefónica O₂ en Europa basado en esta plataforma tecnológica, que también utilizan las operadoras Optus, Telecom Italia y Proximus

Madrid, 4 de agosto de 2010 - Buongiorno SpA, multinacional líder en entretenimiento y servicios para el entorno móvil, ha alcanzado un importante acuerdo con Telefónica O₂ en Alemania para lanzar un nuevo servicio de fidelización orientado a los clientes prepago de la operadora basado en su programa de marketing y CRM contextual "Recharge and Win" (RAW o "Recarga y Gana"). Éste es el segundo país al que Buongiorno y Telefónica O₂ extienden su colaboración en este terreno, después de la exitosa experiencia llevada a cabo en Reino Unido entre ambas empresas desde 2008.

Telefónica O₂ aprovechará la amplia experiencia de Buongiorno en el desarrollo de soluciones de gestión de las relaciones con los clientes en el entorno móvil para activar, a partir del 9 de Agosto, el programa "Prepaid Überraschung - Aufladen und Gewinnen", que permitirá a los usuarios de prepago obtener todo tipo de regalos e incentivos con cada recarga a partir de 20 €. Buongiorno no sólo es responsable de la tecnología, sino que también se encarga de la infraestructura técnica necesaria para llevar a cabo el programa, el desarrollo de las diferentes campañas, el análisis de los datos e incluso la entrega de premios.

RAW (Recarga y Gana) es una solución diseñada específicamente para la industria de las telecomunicaciones. Facilita a las operadoras de telefonía un mejor conocimiento de sus clientes, de manera que puedan recompensar su fidelidad mediante bonificaciones generadas en tiempo real, incrementando la lealtad de sus usuarios y elevando su nivel de satisfacción. De esta forma, se proporciona una respuesta eficaz al problema generado en el escenario económico actual por el incremento de la competencia. En este contexto, las compañías buscan vías para retener a sus mejores clientes situándolos como máxima tratando de mejorar su relación directa con ellos.

Desde 2007, Buongiorno no ha dejado de extender esta tecnología propietaria por operadoras de todo el mundo. Además de para Telefónica O₂, la firma ha llevado a cabo proyectos para la australiana Optus, la italiana Telecom Italia y, este mismo año, la belga Proximus.

"Estamos muy contentos por nuestra alianza con O₂ en Alemania, así como por el incremento de nuestros socios en Europa. Reconocimos, en el mercado europeo, la necesidad por parte de los operadores de encontrar nuevos caminos que les permitieran diferenciarse a través de la recompensa y satisfacción de sus clientes. Buongiorno ha invertido en el desarrollo de una plataforma de CRM propietaria y exclusiva basada en complejos algoritmos para 'influir en el comportamiento de los usuarios', que nos ha permitido ahora convertirnos en el especialista del sector a medida que lanzamos proyectos para más operadoras, ayudándoles a diseñar programas

de fidelización a medida, que permiten incrementar los ingresos por usuario (ARPU) y disminuir la pérdida de clientes ('churn') ", afirma **Fernando González-Mesones**, responsable mundial de Negocio B2C de Buongiorno.

"Esperamos que ésta sea una exitosa alianza con Buongiorno", afirma **Peter Rampling**, director de Marketing de Telefónica O₂ Alemania. "'Prepaid Überrashchung' es una novedad en el mercado alemán y una prueba más del deseo de O₂ de ofrecer servicios innovadores y destacados a sus clientes", añade.

Acerca de Buongiorno Group

Buongiorno, (Italia, FTSE STAR: BNG) es una multinacional líder en entretenimiento para móviles. La empresa cuenta con una presencia internacional sin precedentes en el sector al disponer de oficinas en 24 países y negocios en otros 57 de los cinco continentes, conexiones directas a más de 130 de compañías de telecomunicaciones y acceso a cerca de 2.000 millones de clientes móviles. Buongiorno es el líder del mercado en Europa, así como uno de los tres principales actores en ocho de las más importantes regiones del mundo.

La firma opera a través de dos líneas de negocio: los servicios móviles de valor añadido para usuarios de móvil y fijo (Consumer Services) -que se distribuyen a través de la marca BlinkoGold y su agregador de redes sociales Hellotxt, además de a través de alianzas con las principales empresas de telecomunicaciones y los más importantes grupos de medios- y los servicios de marketing digital (B!Digital).

Para más información:

Cristina del Gallo / Carlos Molina
Formedia
+ 34 915 628 100
prensa@grupofornedia.com