

**Testata:** Repubblica.it  
**Origine:** comunicato stampa  
**Data:** 13 settembre 2010  
**N° pagina:**

www.repubblica.it/motori/attualita/2010/09/13/news/motori\_la\_mia\_nissan-7032280/index.html?ref=search

la Repubblica.it

## Al via "La mia Nissan" Su misura per il cliente

Il programma fidelity di Nissan, sviluppato insieme a Inventa CPM, conta oggi oltre 48.000 adesioni



Si chiama "La mia Nissan" ed è il programma di fidelizzazione realizzato e gestito in collaborazione con Inventa CPM, agenzia di relationship e retail marketing. Nato nel 2007, con un test che ha coinvolto 5.000 clienti e 5 concessionarie, oggi conta oltre 48.000 clienti attivi e una rete di 105 concessionarie e 135 officine affiliate coinvolte nel progetto.

"Il marchio Nissan si è sempre contraddistinto per l'impegno in ambito di "qualità", non solo in relazione alle vetture, ma anche in termini di persone, processi e servizi", ha dichiarato Andrea Alessi, Amministratore Delegato di Nissan Italia. "Ed è proprio per sostenere questo impegno che Nissan ha voluto sviluppare, circa tre anni fa, un programma di Customer Satisfaction, che si basasse sulle più moderne tecnologie e che, allo stesso tempo, fosse utile, funzionale e vantaggioso per gli automobilisti. Pochissimi marchi hanno introdotto un programma simile nel mercato automobilistico".

Nissan ha messo a disposizione dei propri clienti dei totem multimediali con touch screen che, posizionati nelle concessionarie aderenti al programma, leggono il codice a radio frequenza (RFID) sulla "Nissan Card", riconoscono il cliente e gli illustrano le offerte specifiche per il suo veicolo.

La "Nissan Card" permette di accumulare punti per ogni acquisto di ricambi o accessori e per tutte le operazioni di manutenzione (sia ordinaria che straordinaria) effettuate sul proprio veicolo. I punti raccolti si possono convertire in benefici concreti come sconti in assistenza (ad esempio fino al 20% sulla manutenzione e fino al 35% sulla sostituzione gomme) oppure in servizi a valore aggiunto, quali il traino gratuito per un anno o il make-up completo e gratuito del veicolo.

Questo però non è l'unico strumento d'interazione con il cliente, che viene costantemente aggiornato tramite il sito [www.lamianissan.it](http://www.lamianissan.it), e che riceve un invio periodico di newsletter, email ed sms personalizzati. Non solo comunicazioni di carattere commerciale, ma anche informazioni utili sulla manutenzione (già fatta o da effettuare) e su tutto ciò che possa rendere più sicura e piacevole l'esperienza di guidare una Nissan. Inventa CPM e Nissan Italia hanno sviluppato insieme, sin dai primi passi, l'intero concept del programma "La mia Nissan", delineando le linee grafiche e seguendo ogni fase implementativa.

(13 settembre 2010)

[» Tutti gli articoli di Attualità](#)