

IAKI realizza FATAzione VITA 2010, una nuova campagna incentive per la forza vendita

Continua la collaborazione fra IAKI e FATA Assicurazioni nello sviluppo di programmi incentive per la rete della compagnia del gruppo Generali. FATAzione VITA 2010, rivolto ai venditori del settore Vita, è il sesto progetto in ambito promozionale realizzato per FATA Assicurazioni negli ultimi anni. Come i precedenti si tratta di una promozione sviluppata da zero, totalmente personalizzata in base alle esigenze del Cliente.

La collaborazione, che dura dal 2003, ha portato alla realizzazione e al mantenimento del portale FATAWeb, area riservata dedicata a ospitare informazioni e strumenti di incentive per la forza vendita territoriale.

Il sito web si è sviluppato negli anni, diventando sempre più uno strumento funzionale e flessibile, contenitore ideale delle campagne e dei concorsi incentive oltre che supporto fondamentale per la digital identity FATA.

FATAzione Vita 2010 è un'area del portale FATAWeb che premia i venditori migliori del settore Vita. Ogni subagente vi accede e inserisce i suoi dati di produzione, ciascuno dei quali corrisponde a un punteggio. IAKI ha messo a punto un software che incrocia queste informazioni per ottenere grafici e statistiche in tempo reale, da cui si può ricavare un quadro completo della campagna incentive. I dati elaborati dal sistema permettono ai subagenti di controllare i loro risultati, confrontarli con quelli dei colleghi in apposite classifiche e calcolare le distanze che li separano dagli obiettivi commerciali.

FATAzione Vita 2010 è un incentivo e una piattaforma ideale per le campagne dedicate alla forza vendita. Facendo leva sul mobile marketing offre anche un sistema di alerting, news e info che aiutano a tenere in contatto la compagnia e la rete. FATAWeb ha rafforzato la digital identity di FATA e le campagne incentive hanno avvicinato la compagnia alla forza vendita, permettendole di essere ancora più competitiva.