

## Infogroup: oltre 5,7 milioni di carte loyalty nel 2010

Marzo 2011

85 milioni di transazioni con 5,7 milioni di carte fedeltà, 6 milioni di pagamenti con 150mila carte fuel: questi i volumi gestiti da Infogroup nel 2010 sul segmento loyalty.

“La profonda conoscenza dei sistemi di pagamento ci ha permesso – dice Luca Renzi, direttore generale di Infogroup – di creare soluzioni cross industry di loyalty program, particolarmente sviluppate nella grande distribuzione organizzata e nel comparto OIL”.

La piattaforma Loyalty Program di Infogroup, oltre alla gestione operativa delle iniziative promozionali, mette a disposizione strumenti specialistici fondamentali al coordinamento e controllo dei programmi fedeltà. Indipendente dai contesti operativi, la piattaforma è personalizzabile, estendibile, flessibile e permette di essere rapidamente operativa per qualunque tipologia di promozione richiesta.

Infogroup è impegnata da oltre 20 anni nello sviluppo e nell'erogazione di servizi loyalty per banche e società petrolifere, tra cui Kuwait Petroleum, Banca CR Firenze, Repsol Italia, TotalErg, Affinion International.