



Morgano (Telepass): «In un mondo data driven preferiamo marketing orientato al cliente»•

Descrizione

(Adnkronos) «Telepass porta un marketing nuovo, sempre più attento alle persone e orientato al cliente. In questo mondo guidato dal dato, è fondamentale avere una relazione con il cliente. Nutrire la relazione significa conoscere il cliente, anticiparne i bisogni e garantire, per noi che siamo leader della mobilità, una grande fluidità del viaggio. In un contesto in cui il tempo è l'asset più prezioso, noi liberiamo di fatto il tempo delle persone, offrendo oltre 30 servizi di mobilità e conoscendo anche le esigenze del cliente». Cos'è – Rosa Morgano, Marketing & CVM Lead di Telepass, intervenuta a Intersections 2026, il più grande evento italiano dedicato a marketing, creatività e tecnologia, in corso all'Allianz MiCo di Milano.

«La nostra ultima offerta, che si chiama Sempre Più, permette addirittura di pagare a rate lo skipass o il PagoPA. Si tratta quindi di un valore aggiunto tangibile: perché pagare la mensa dei propri figli o un bollettino a rate rappresenta un vantaggio importante per il cliente. Sempre all'interno dello stesso prodotto prosegue il PagoPA prevede anche uno sconto sul costo delle commissioni. In un contesto macroeconomico in cui è questa attenzione al valore restituito al cliente, noi vogliamo dimostrare tangibilmente che è fondamentale offrire un valore aggiunto».

«

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Ottobre 29, 2026

Autore
redazione

default watermark