

# Mediolanum dà più interessi agli amici Facebook

■ ■ ■ Fino al 4,60% di interesse, 35mila clienti e 2 miliardi di raccolta da maggio dello scorso anno: il conto deposito online di **Mediolanum** è già un successo. Ieri però la banca fondata da Ennio Doris ha annunciato un'operazione di «marketing virale» che fa leva su Facebook: con l'applicazione «Friends» sarà possibile coinvolgere fino a 20 amici per volta attraverso la comunità virtuale più grande al mondo e invitarli a sottoscrivere il conto InMediolanum. Con un vantaggio tangibile: per ogni ami-

co presentato che apra un conto il proprio tasso d'interesse attivo aumenterà dello 0,2% fino a un massimo dello 0,6%. A sua volta l'amico presentato attraverso Facebook guadagnerà subito uno 0,2% rispetto al tasso base del 4.

«Con un'attività di *buzz marketing*», fanno sapere dalla società di Milano 3, «e sfruttando le potenzialità delle rete internet si genera un processo virale innovativo e senza precedenti». Basato cioè sul passaparola che anima le reti sociali come

Facebook. Con un vantaggio notevole in termini di costo per l'acquisizione dei nuovi clienti, quasi prossimo allo zero a differenza dei canali tradizionali. Una differenza che spiega l'interesse potenziale fino allo 0,6% che si può aggiungere al 4 di base, perfettamente in linea fra l'altro con il modello di banca multicanale e leggera di cui Doris è stato uno dei pionieri. Riducendo i costi di struttura e quelli legati all'intermediazione sulla clientela i tassi attivi possono crescere. Una scelta che finora ha premiato **Mediolanum**.

A.B.

