

- [Gente](#)
- [COMUNICACIÓN TV](#)
- [RELIGIÓN](#)
- [LA RED](#)
- [LOS TOROS](#)
- [VERDE](#)
- [CIENCIA](#)
- [VD VIAJES](#)
- [MOTOR](#)
- [REPORTER](#)

Caja Madrid lanza una campaña de nóminas para fidelizar y captar clientes

6 Junio 10 - Madrid

Cuenta con total liquidez, mediante reembolso total o parcial. En ese caso, la remuneración pasará a ser del 25% del tipo de interés inicial

MADRID- Caja Madrid ha lanzado una ambiciosa campaña de captación de nóminas, denominada «Nómina 2038», campaña que está dirigida a sus clientes actuales y a los que quieran serlo. La nueva campaña incide en la estrategia de vinculación y fidelización de clientes, iniciada a finales de 2009, mediante una serie de campañas publicitarias bajo el lema «2038», código que representa e identifica a Caja Madrid. Durante los próximos cuatro meses, todos los clientes que tengan su nómina o pensión en Caja Madrid entrarán en el sorteo de diez automóviles Mini One. Además, aquellos clientes que domicilien su nómina o pensión recibirán regalos directos, y todas las ventajas asociadas al Servicio Nómina de Caja Madrid.

Durante los meses de junio a septiembre, los clientes que domicilien una nómina o pensión superior a 800 euros recibirán como regalo directo un reproductor Blue Ray Samsung. Para nóminas o pensiones iguales o superiores a 1.800 euros, el regalo consistirá en un tablet multimedia Toshiba Journ e-touch.

Con esta campaña, Caja Madrid refuerza su estrategia de diferenciación del resto de las entidades financieras, primando la fidelidad de sus clientes y con el objetivo de atraer a nuevos clientes de la competencia. En concreto, con esta nueva campaña, la entidad pretende atraer a más de 100.000 nuevos clientes. En la actualidad, Caja Madrid cuenta con más de dos millones de clientes con la nómina domiciliada.

La nueva campaña de captación de nóminas lleva asociada una importante campaña de publicidad 360°, que estará presente en todos los canales de comunicación actuales y las últimas tecnologías. Se desarrollará en todos los medios, redes sociales, aplicaciones para móviles, acciones en las oficinas, márketing directo, y hasta comunicación en los cajeros automáticos.

Microsite

La línea creativa sigue marcada por el tono del humor, incentivando de una manera notoria y divertida a los consumidores a que traigan su nómina. Además, cuenta con un microsite propio: www.nomina2038.es.

© Copyright 2010, La Razón C/ Josefa Valcárcel 42, 28027 Madrid (España)