

NO1

IL QUIZ



Intervistiamo ora la collega Sibylle Pichler dell'Unità Marketing e Comunicazione:

NOI: "Konto und mehr": la nuova campagna trimestrale. Da dove nasce l'idea (visual e quiz)?

Sibylle Pichler: L'idea di fare un quiz e di abbinarlo a profili è nata dal gruppo di lavoro. Il Marketing ha avuto l'incarico di elaborare il quiz, il tool e di trovare i visual adatti per costruire la campagna marketing. La difficoltà nello sviluppo dell'idea consisteva nel fatto che il visual doveva incuriosire, essere simpatico/positivo e soprattutto non doveva ricondur-



re all'ambito bancario. Ritengo che il gruppo di lavoro abbia scelto la soluzione più adatta per questa campagna.

NOI: La creazione del tool, parte fondamentale della campagna. Ci descrive la cooperazione con GPI?

Sibylle Pichler: La ditta GPI è il nostro partner da molti anni nella gestione del sito istituzionale Sparkasse-Cassa di Risparmio e i programmatori all'interno dell'Area Web, oltre ad avere esperienza nella programmazione e gestione di siti, hanno anche molta esperienza nella costruzione di applicativi web. Per l'incontro ho elaborato uno schema per descrivere la struttura e i singoli step del tool, per evidenziare le interfacce e per riassumere i vari data base che si volevano agganciare al tool. Alla prima riunione dove erano presenti anche Christian Huber e Lukas Gasser abbiamo condiviso la struttura, chiarito alcuni aspetti emersi durante la riunione e dato il via ai lavori. Devo dire che sono molto soddisfatta del lavoro che è stato fatto. Ritengo anche che il tool sia un valido strumento di supporto alla consulenza perché da un lato evidenzia i prodotti che il cliente già possiede, dall'altro i prodotti che potrebbero essere offerti al cliente oltre alle in-



formazioni aggiuntive di ottimizzazione.

NOI: Parlati un pò delle domande del quiz? La loro creazione?

Sibylle Pichler: Il gruppo di lavoro ha chiesto un quiz con domande e risposte che non fossero riconducibili al mondo bancario e che, però, potessero comunque dare un'idea sullo stile di vita del cliente, per potergli attribuire uno dei 3 profili ai quali sono stati abbinati determinati nostri prodotti. All'inizio sembrava una "Mission impossible". Mi sono detta: dove si trova quando si cerca? Su Google. Ho dedicato alcune ore alla ri-

cerca e all'esecuzione di vari quiz sulla personalità, ho ripreso le domande che ritenevo più adatte al nostro quiz e ho modificato le risposte in modo che si potessero ricondurre il più possibile ai tre profili pensati. Successivamente, nel gruppo di lavoro le abbiamo perfezionate, testate e alla fine condivise. Però non è finita lì: dovevo anche descrivere i tre profili, ovvero ideare l'interpretazione dei tre profili, riccio, civetta e volpe, per dare una spiegazione al cliente sulle caratteristiche dell'animale che gli viene attribuito.