

# Dateio přidává do svého portofilia program Moneyback České spořitelny - obchodníci tak mohou přes jeho platformu oslovit přes 1,5 milionu zákazníků

Česká spořitelna dnes v aplikaci George spustila program Moneyback, který nabízí zákazníkům ve vybraných obchodech odměny za nákup kartou. Program je výjimečný tím, že odměny nabízí zákazníkům na míru, na základě jejich předchozích karetních transakcí. Za technologií a datovými modely programu stojí jeden z nejúspěšnějších českých fintech startupů, Dateio, který se na analýzu transakčních dat z platebních karet a jejich využití pro produktové inovace specializuje. Celosvětově spolupracuje již s 12 bankami a finančními institucemi, spuštěním Moneyback nabízí jeho marketingová platforma obchodníkům dosah na více než milion a půl českých klientů.

*„Spuštění programu Moneyback je pro nás zásadním momentem, díky spolupráci s největším vydavatelem platebních karet v Česku, Českou spořitelnou, jsme zdvojnásobili počet uživatelů na platformě a nyní tak našim partnerům z řad obchodníků nabízíme možnost oslovit více než 1,5 milionu vlastníků platebních karet v České republice,“* komentuje spuštění programu Moneyback Ondřej Knot, spoluzakladatel startupu Dateio, a dodává: *„Partneři na platformě platí jen za reálné prodeje, hlavní síla našeho řešení je však v personalizaci - nabídky doporučujeme zákazníkovi na míru. Pro obchodníka to znamená možnost segmentace na základě reálného chování zákazníků - jejich předchozích karetních transakcí.“*

Marketing založený na reálných karetních transakcích uživatelů (tzv. CLO, card-linked offers marketing) zažívá v posledních letech rozmach zejména ve Spojených státech, nahrazuje totiž tradiční marketingové kampaně skrze kupóny a zákaznické karty. *„Použití kupónů a věrnostních programů byl pro prodejce způsob, jak propojit marketingovou kampaň se zákazníkem a jeho reálným nákupem. V CLO marketingu to není třeba, propojení je automatické skrze platební kartu. Prodejce tak nekupuje zajíce v pytli, ale ví naprosto přesně, jak mu kampaň funguje i během jejího průběhu,“* komentuje výhody nové formy marketingu Knot.

Dateio je přítom v Česku jedinou firmou, která takovýto nástroj na cílené oslovení zákazníků v jejich mobilní aplikaci nabízí. Důvodem, proč není tento trh konkurenčnější, je podle Knoty vysoká bariéra vstupu: *„Banky integrují naše řešení do vlastního mobilního bankovníctví, musíme jim být 100% spolehlivým partnerem. Dostat do pilotního provozu našeho prvního klienta nám tak trvalo více než rok, dnes to máme mnohem snazší díky tomu, že naše platforma funguje u jejich konkurentů či sesterských bank v jiných zemích.“* I proto je spolupráce s Českou spořitelnou, resp. její mateřskou Erste Group, zásadní pro další expanzi firmy. A expanze je v plánu, ještě tento rok Dateio spouští svou CLO marketingovou platformu v Rakousku, v první polovině roku 2021 pak v Chorvatsku a Maďarsku. Ve všech těchto zemích bude přítom český startup první firmou, která tuto službu nabízí