

Estrategia iniciada en 2011 para posicionarse en este segmento

CaixaBank potencia con el programa Family Fútbol su liderazgo como banco de los clubes españoles

- **CaixaBank ha creado el programa Family Fútbol, nuevo servicio de la entidad que permite el acceso a productos financieros únicos relacionados con el fútbol así como la participación en experiencias exclusivas vinculadas con los 16 clubs de Primera y, próximamente, 15 de Segunda patrocinados.**
- **La propuesta de valor de CaixaBank busca la captación y vinculación de clientes a través de nóminas, financiaciones de abonos o tarjetas al mismo tiempo que ofrece beneficios emocionales, como camisetas firmadas por los jugadores, viajes y entradas a partidos o experiencias exclusivas.**

Barcelona, 23 de marzo de 2018

CaixaBank ha presentado recientemente el programa Family Fútbol, nueva campaña de la entidad que permite el acceso a productos financieros, con ventajas únicas, relacionados con dicho deporte y que, al mismo tiempo, fomenta la participación en experiencias exclusivas vinculadas a cada club. Esta nueva promoción, dirigida a los clientes con intereses futbolísticos y a los aficionados al fútbol en general, se enmarca dentro de la estrategia iniciada por la entidad en el año 2011 para posicionarse como el banco de los clubes en España. CaixaBank es la empresa de referencia en este segmento gracias al patrocinio de 16 equipos de la Primera División y 15 clubes de Segunda.

La propuesta de valor de la entidad busca la captación y vinculación de clientes a través de nóminas, financiaciones de abonos, suscripciones a plataformas televisivas de pago y tarjetas Visa o pulseras contactless personalizadas con los colores de cada club. Además, CaixaBank ofrece beneficios emocionales, como camisetas oficiales firmadas por los jugadores, viajes y entradas a partidos o experiencias exclusivas con los principales protagonistas de los clubes patrocinados, ya sean encuentros para conocer a los jugadores y entrenadores de los clubes, asistencia exclusiva a entrenamientos, tours y sesiones gastronómicas en el estadio o sesiones fotográficas con cada equipo a pie de campo.

La activación de esta estrategia de patrocinio permite a la entidad acercarse a los aficionados. Para ello, CaixaBank trabaja con un concepto completamente alineado con el posicionamiento comercial de la entidad con las familias (Family), para el que cuenta con servicios especializados en seguros, nóminas, crédito al consumo, entre otros.

Ventajas exclusivas para clientes

En línea con el modelo de patrocinio trabajado desde CaixaBank, los clientes que domicilien la nómina obtendrán ventajas exclusivas en la financiación del abono o incluso la gratuidad del mismo, en algunos casos concretos, para toda la temporada de Liga. En este último caso, esta gratuidad en ciertos clubes estará limitada al número de localidades libres que disponga la entidad antes de completar el aforo.

El programa *Family Fútbol*, incorporado dentro del programa de fidelización *Family* que gestiona CaixaBank, permite a los clientes beneficiarse de ventajas como la cuenta sin comisiones, préstamos de hasta 60.000 euros sin comisión de apertura, descuentos en seguros, entre otras ventajas diferenciales por el hecho de pertenecer a este colectivo. Además el programa incluye cientos de ofertas y descuentos en ocio como cines, restauración, tecnología, viajes o tiempo libre.

Para conocer todas las novedades y ventajas que este nuevo servicio ofrece a los clientes vinculados al fútbol o a equipos concretos, CaixaBank ha creado una web - <http://www.caixabank.es/familyfutbol> - donde poder conocer todas las ventajas que dicho programa ofrece para esta tipología de clientes.

CaixaBank, el banco de los equipos de fútbol

CaixaBank impulsó hace siete años una estrategia dirigida a convertirse en el banco de los clubs de fútbol. El objetivo de esta estrategia se centra en aprovechar nuevas oportunidades comerciales, incrementar la notoriedad de marca y captar y fidelizar a los clientes en un entorno cada vez más competitivo. Mediante los patrocinios deportivos – principalmente el fútbol– CaixaBank avanza en la generación de negocio al ofrecer experiencias y ventajas exclusivas a sus clientes.

Desde 2011, CaixaBank ha comercializado más de 200.000 tarjetas vinculadas a los clubs patrocinados, ha captado más de 25.000 nóminas y ha financiado 50.000 abonos. Tras la reciente creación del programa *Family Fútbol* en 2018, la entidad ha tematizado 11 oficinas de diferentes clubs españoles para implementar su estrategia comercial.