

L'acció s'emmarca sota el paraigua del nou propòsit de marca de l'entitat: 'Estar a prop de les persones per a tot allò que importa'

CaixaBank llança una iniciativa comercial per superar els 6 milions de nòmines domiciliades el 2023

- **L'entitat, líder del segment a Espanya amb més del 37% del mercat de nòmines, busca també créixer fins a superar el 38% en quota i augmentar el nombre de clients vinculats.**
- **Els clients que domiciliiïn la seva nòmina per primera vegada a CaixaBank durant el primer trimestre de l'any podran rebre un televisor LG i, en el cas de nòmines a partir de 2.500 euros, podran triar entre un televisor o una remuneració en compte del 5% TAE per als primers 5.000 euros de saldo durant dos anys.**
- **imagin, la plataforma d'estil de vida i serveis digitals, se suma també a l'objectiu de captació a través d'una estratègia pròpia, afí a un públic jove, digital i molt compromès amb la sostenibilitat: remuneració de fins a 200 euros i contribució a una acció de retirada de 100 tones de plàstics del mar.**

16 de gener del 2023

CaixaBank llança una iniciativa comercial en tota la seva xarxa amb l'objectiu d'incrementar la vinculació dels seus clients i superar al llarg del 2023 la fita de 6 milions de nòmines domiciliades. El banc és líder del segment a Espanya amb una quota superior al 37%. A més de créixer en nombre de nòmines, CaixaBank també es planteja l'objectiu d'augmentar la quota de mercat per sobre del 38%.

El focus en l'increment de clients amb nòmina domiciliada està estretament relacionat amb el nou propòsit de marca de CaixaBank, presentat el passat octubre: 'Estar a prop de les persones per a tot allò que importa'. Amb aquest, l'entitat emfatitza el compromís de proximitat com a element clau per a tota la seva acció comercial i la seva cultura corporativa, i la seva primera translació comercial al mercat és l'aposta per estrènyer la relació amb els seus clients i per aconseguir que un nombre més gran de persones confiïn en CaixaBank com el seu banc de referència.

Així mateix, la captació de noves nòmines ajudarà a augmentar també el nombre de clients vinculats, un objectiu clau per a l'entitat en la seva estratègia. CaixaBank ha aconseguit incrementar el seu percentatge de clients particulars vinculats des d'un 64,3% al desembre del 2020 fins a un 70% al setembre del 2022.

Campanya comercial durant el primer trimestre: televisor o compte remunerat

Per reforçar l'acció comercial, CaixaBank activa durant el primer trimestre del 2023 una campanya promocional.

Fins a finals de març, els clients que domiciliiïn la seva nòmina en l'entitat i compleixin també els requisits de vinculació (domiciliar almenys tres rebuts i realitzar un mínim de tres compres amb targeta al trimestre) podran rebre un televisor LG de 32", si la nòmina és d'import superior a 1.200 euros. En el cas de nòmines a partir de 2.500 euros, el client podrà triar entre un televisor de 50" o una remuneració en compte del 5% TAE per als primers 5.000 euros de saldo durant dos anys.

Els clients amb nòmina domiciliada a CaixaBank i requisits mínims de vinculació compten a més amb la bonificació total dels serveis més habituals de banca de particulars (compte, targeta, transferències, rebuts, caixers, banca en línia, etc.), gràcies al programa 'Dia a Dia'. D'aquesta manera, poden disposar d'un mateix paquet 'tot inclòs', de manera il·limitada i sense haver de fer front al cost de cada producte individualment. Així mateix, per als clients vinculats, aquest paquet és gratuït, tant per al titular com per a les persones amb les quals comparteixi la titularitat del compte. La quota també és gratuïta si tots els titulars són d'edat inferior a 26 anys i per als clients nous durant els primers sis mesos.

imagin: remuneració de fins a 200 euros per nòmina i contribució al medi ambient

CaixaBank compta amb una posició especialment sòlida en el segment de nòmines en les franges d'edat més joves, gràcies sobretot a imagin, la plataforma d'estil de vida i serveis digitals de l'entitat, que s'ha posicionat com a referent per a la domiciliació de les nòmines dels més joves a Espanya. Del total de clients adults d'imagin, un 46,7% tenen la seva nòmina domiciliada. En aquest últim any, la quota de nòmines a imagin de clients entre 25 i 34 anys ha augmentat 2,1 punts percentuals i, entre els d'edat inferior a 25 anys, el creixement és encara més gran, amb un augment de 6,7 punts percentuals.

Resulta clau per al posicionament d'imagin la seva estratègia de neobanc amb un clar enfocament cap a la sostenibilitat. En aquest sentit, imagin sempre ha basat tota la seva activitat en accions d'impacte social i mediambiental, i això inclou les promocions comercials, que sempre han estat lligades a aquest àmbit. El suport dels clients d'imagin a aquesta visió ha permès impulsar la plantació de 300.000 arbres a Espanya i ajudar a retirar del mar un total de 21 tones de plàstic.

imagin també se suma al repte de captació de nòmines de CaixaBank, però ho fa amb un plantejament propi, d'acord amb la seva estratègia. D'una banda, els qui domiciliiïn la seva nòmina a imagin durant el primer trimestre de l'any obtindran un ingrés de 50 euros en el compte i, per a les nòmines superiors a 1.000 euros, l'import augmenta a 200 euros. D'altra banda, com a acció de contribució a la sostenibilitat, per cada nova nòmina domiciliada en el període de la promoció, es contribuirà al repte de netejar del mar 100 tones de plàstics.