

AMICA CARD

TESTATA: Yahoo Finanza

DATA COPERTINA: 12 Febbraio 2015

YAHOO! FINANZA ITALIA

Cerca sul web

HOME QUOTAZIONI MIO PORTAFOGLIO NOTIZIE DICHIARAZIONE DEI REDDITI - TASI FINANZA PERSONALE CAMBIAVALUTE FORUM

TUTTI I TEMI ULTIME NOTIZIE SOLO SU YAHOO FINANZA INFOGRAFICHE LOBBY D'ITALIA CLASSIFICHE E FOTO VIDEONEWS

Alla ricerca di sconti, con Amica Card percorso facilitato

help
consumatori

Da VC | Help Consumatori - 4 ore fa

“Codice sconto” è tra le ricerche più googlate nel nostro Paese crescendo del 28% nel 2014 rispetto all’anno precedente. Le regioni dove è maggiormente ricercato sono **Sardegna, Calabria e Marche. Seguono Abruzzo, Puglia, Piemonte, Emilia Romagna, Campania, Liguria, Lombardia.** L’utilizzo di sconti e convenzioni è sicuramente un trend in rapida crescita, vista anche la condizione economica in cui versa il belpaese, una via d’uscita per il cittadino che deve affrontare acquisti di prima necessità e ricevere servizi ed assistenza senza disporre di cifre elevate. E lo dimostra anche il crescente interesse verso Amica Card, il primo circuito convenzioni nazionale costituisce una risorsa preziosa per il cittadino per fronteggiare la crisi. Il risparmio stimato, ricorrendo alle opportunità offerte da Amica Card è di circa 3mila euro all’anno.

Secondo i dati raccolti dall’Osservatorio Analisi Statistiche di Amica Card, gli italiani sono un popolo di risparmiatori: tra i fattori trainanti di questa ricerca, ha un ruolo rilevante lo sconto. **7 italiani su 10 sono più propensi ad acquistare e fare spese presso i circuiti convenzionati.**

La ricerca dei prezzi migliori (opinione espressa dal 54% degli italiani) domina ancora la scelta del punto vendita o del circuito di acquisto. Riuscire a risparmiare sui prodotti acquistati abitualmente è di grande valore per i consumatori. Per ben 8 consumatori su 10 è molto importante poter usufruire di sconti e promozioni speciali. Il 31% degli intervistati sottolinea inoltre l’importanza di ricevere oltre allo sconto, un servizio clienti dedicato e potenziato.