

arvato direct services und webmiles bringen Deutschlands Top-Marketing-Entscheider an einen Tisch

Der vierte loyalty summit steht unter dem Motto: Competitive, gesättigte Märkte – Wege an die Spitze

München, 21. September 2006 – Auf Einladung von arvato direct services, dem Marktführer für CRM Dienstleistungen in Europa und webmiles, dem Marktführer im Bereich online-basierter Kundenbindungssysteme, haben sich am 20. September über 100 Top-Entscheider aus den Marketingabteilungen großer deutscher und europäischer Unternehmen in München getroffen. Darunter waren Teilnehmer aus den Häusern Sixt, debitel, Douglas, Wella, ADAC, VOX, RTL Disney, Mastercard, Lufthansa, EDEKA, simyo und Renault Deutschland.

Im Mittelpunkt des loyalty summit 2006 standen die Präsentationen von Tchibo und American Express und ihren erfolgreichen Kundenbindungskonzepten. Aktuelle Kampagnen und Konzepte wurden von Michael Stoll, Marketingdirektor Food National Tchibo GmbH und von Werner Decker, dem Vorsitzenden der Geschäftsleitung American Express Deutschland und Österreich Unternehmensvertretern vorgestellt und anschließend unter allen Teilnehmern intensiv diskutiert. Decker informierte über die Erfolgsstrategie der Amex-Kundenbindung „Driving Results by strengthening Loyalty“. „Vor allem während der Gespräche nach den Präsentationen sind viele Ideen für neue Geschäfte und Partnerschaften entstanden. Ein echter Mehrwert für jeden Teilnehmer“, zeigt sich Markus Schmedtmann, Geschäftsführer von arvato direct services, mit dem Verlauf der Veranstaltung sehr zufrieden. Er hatte zuvor alle Teilnehmer begrüßt und ein kurzen Rückblick über die vergangenen Monate gegeben.

Der loyalty summit von arvato direct services und webmiles, der erstmals im Jahre 2002 stattfand, ist eine exklusive Kundenveranstaltung, die in erster Linie dem Erfahrungsaustausch und der Bildung von Netzwerken dient. Ein weiteres Ziel der Veranstaltung, zu der ausschließlich Kunden und Partner von arvato direct services und webmiles eingeladen werden, ist der Wissenstransfer zwischen Top-Entscheidern auf Geschäftsführer- und Marketingebene sowie die Schaffung von Synergien zwischen den teilnehmenden Unternehmen. Außer der Präsentation

von Praxisbeispielen von arvato direct services und webmiles stand auch in diesem Jahr wieder ein interessanter Fachvortrag auf dem Programm: Markus Hofmann, Gedächtnistrainer, bindet alle Zuhörer während seines Vortrag in Europas erfolgreichstes Gedächtnistraining ein. Alles Gelernte bei MEMO MIND kann sofort in der täglichen Praxis in Berufs- und Privatleben eingesetzt werden und stieß bei allen Teilnehmern auf reges Interesse. Der nächste loyalty summit 2007 ist bereits in Planung.

Über webmiles:

Die webmiles GmbH, Deutschlands Marktführer online-basierter Kundenbindungssysteme, ist ein Tochterunternehmen von arvato direct services. In Deutschland, Österreich und der Schweiz verbindet webmiles unter www.webmiles.de, www.webmiles.at und www.webmiles.ch als einziges länderübergreifendes Bonusprogramm die Interessen von über 2,5 Millionen Teilnehmern und Hunderten Partnerunternehmen – im Internet und in der realen Welt. Mit Produkten aus den Bereichen Bonus- und Incentivesysteme, Dialogmarketing, Marktforschung und Prämien-Management bietet webmiles seinen Kunden maßgeschneiderte Kommunikationslösungen, für alle Medien und Branchen.

webmiles wurde 1999 gegründet und im Jahre 2000 von arvato direct services (Bertelsmann) übernommen. Rund 80 Mitarbeiter am Standort München kümmern sich um den Ausbau der Kundenbeziehungen und des Partnernetzwerkes sowie den webmiles-Prämienshop, der mit Hunderten Prämien der attraktivste im deutschsprachigen Raum ist.

Weitere Informationen zur webmiles GmbH und Pressematerial zum Download gibt es unter www.webmiles.biz.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

webmiles GmbH

Ursula Kafka

Telefon +49 (0) 89 - 41 36-71 48

Mobil +49 (0) 1 60 - 154 56 56

E-Mail u.kafka@webmiles.biz