

„Warum Customer Loyalty mehr als nur ein Kundenbindungsprogramm ist“

Ausblick auf Vorträge von Cecilia Floridi auf der „Digital Marketing 4Heroes Conference“ am 12.10.2017 in Berlin & am 16.10.2017 in München

Düsseldorf, der 12.09.2017 - Cecilia Floridi, Geschäftsführerin der DataLab. GmbH, wird im Oktober 2 Vorträge zum Thema „Warum Customer Loyalty mehr als nur ein Kundenbindungsprogramm ist“ in Berlin und München im Rahmen der „Digital Marketing 4Heroes Conference“ halten. Worauf sich die Teilnehmer inhaltlich freuen können, reißt die Referentin hier an.



Was sind Ihrer Meinung nach derzeit die wichtigsten Trends/Entwicklungen im Loyalty Marketing?

Durch die heute vorherrschende Flut an Loyalty Initiativen und Programmen ist es für Unternehmen umso wichtiger aus der Masse hervorzustechen. Um dieses Ziel zu erreichen, müssen sie einzigartige Features bieten und hochrelevant kommunizieren, immer basierend auf der eigenen Brand Identity und den generierten Customer Insights.

Unterstützt werden sie dabei von einer Vielzahl an neuen technologiebasierten Loyalty-Funktionalitäten. Neue Technologien können zwar die Echtzeitpersonalisierung und die Interaktionsmöglichkeiten auf Kundenseite drastisch steigern, bergen aber auch Risiken, sich in den vielfältigen Möglichkeiten zu verlieren.

Für Unternehmen wird es also immer wichtiger, sich dem großen Ziel „Connected Loyalty“ mit einer klaren Strategie zu nähern.

Was müssen Marketer unbedingt berücksichtigen, um auch in den nächsten Jahren erfolgreich zu sein?

Die Anforderungen an den Marketer der Zukunft sind deutlich gestiegen: Reichte es früher aus, die rationalen und emotionalen Bedürfnisse seiner Kunden zu kennen, um passgenaue Kampagnen zu kreieren, ist dies in Zeiten des digitalen Wandels nicht mehr genug.

Vielmehr muss ein Marketer neben den immer kürzer werdenden Innovationszyklen auch die technischen Möglichkeiten und die Erkenntnisse aus seinen Kundendaten verstehen, um die richtige Kommunikation und passende Interaktion mit dem Kunden antizipieren zu können.

Hierzu ist eine enge Zusammenarbeit mit der IT und dem Finanzbereich unabdingbar, um ein profitables kundenzentrisches Handeln im Unternehmen zu ermöglichen.

Welche Learnings darf der Besucher von Ihrem Vortrag auf der 4Heroes Konferenz erwarten?

Der Besucher wird erfahren, wie Unternehmen durch gezieltes One-to-Moment Marketing integraler Bestandteil im Leben ihrer Kunden werden können.

Dazu werde ich zum einen die wichtigsten Loyalty Trends und Erfolgsfaktoren anhand von innovativen Loyalty Beispielen aufzeigen.

Zum anderen möchte ich die Teilnehmer dazu inspirieren, ihre eigenen Loyalty-Initiativen mit anderen Augen zu sehen, um so die Brücke zwischen der eigenen Unternehmenssicht und den steigenden Kundenerwartungen zu schlagen.

Interesse? Hier geht es zu den weiteren Konferenz-Informationen und zur Anmeldung:

<http://www.marketing-on-tour.de/konferenzen/>