



D G I I K

DGMK DEUTSCHE GESELLSCHAFT FÜR
MULTIMEDIALE KUNDENBINDUNGSSYSTEME MBH

Loyalty Marketing Solutions

KURZE UNTERNEHMENSPRÄSENTATION

DAS UNTERNEHMEN – Vielfältig und innovativ.

Die Deutsche Gesellschaft für multimediale Kundenbindungssysteme mbH (DGMK) ist das Ergebnis jahrelanger Erfahrung und der Entwicklung zahlreicher eigener und im Auftrag ausgeführter Kundenbindungssysteme.

Die DGMK hat vielfältige und innovative Maßnahmen zur Kundenbindung auf Basis multimedialer Informationswege umgesetzt. Die größten selbst entwickelten Systeme sind die partycard®, die partycardgold® sowie die berlincard. Allein die partycard® zählt berlinweit fast 100.000 Nutzer. Im Auftrag betreut(e) die DGMK zahlreiche Kunden aus den unterschiedlichsten Bereichen: Banken, Getränkekonzerne, mittelständische Unternehmen und Verbände.



DAS SYSTEM – Seit langem installiert und akzeptiert.

Als Grundlage für die Produkte und Dienstleistungen dient das DGMK-System. Alle Partner verfügen über ein System-Gerät, um als Kooperationsstelle akzeptiert zu werden.

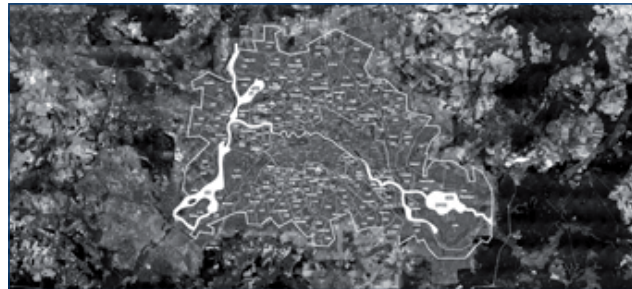
Das System ist seit langem installiert und akzeptiert und so bei den Partnern und den Kunden etabliert. Über das DGMK-System laufen zahlreiche unterschiedliche Systeme wie z.B. die partycard® oder berlincard. Das System speichert alle Kontakte und wenn gewünscht auch Umsätze, schützt vor Missbrauch und bietet den Partnern und Sponsoren einzigartige Auswertungsmöglichkeiten. Die Ergebnisse können individuell ausgewertet und dargestellt werden und so detailliert Aufschluss über die Aktivitäten der Benutzer geben. Das System ist kostengünstig, einfach handhabbar, sehr umfangreich, in Deutschland einzigartig und weiter ausbaufähig.



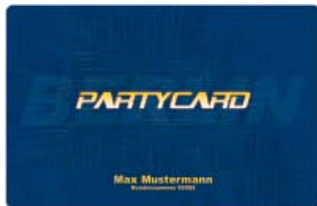
DIE MÖGLICHKEITEN – Viele multimediale Ebenen.

Grundlage unserer Kundenbindungssysteme sind die Daten der Nutzer. Sie bieten die nötige Transparenz für eine umfassende Auswertung, Ansprache und Bindung.

Nur der, der weiß, was seine Kunden möchten, kann ihre Wünsche erfüllen. Wichtig ist es auch, seine Kunden auf unterschiedlichen Ebenen bzw. über diverse Medien zu erreichen. Das erhöht die Kommunikation und ist mittelfristig überzeugender und nachhaltiger. Unsere Kundenbindungssysteme basieren auf vielen multimedialen Ebenen wie Internet-Seiten, eMail, SMS, Telefon, Fax, Post, Print-Magazinen oder persönlichen Kontakten auf Events oder bei anderen Aktionen.



Auszug aus bestehenden Kundenbindungssystemen



partycard®

Verbreitung: deutschlandweit (Berlin, Köln, München)
Zielgruppe: 18 bis 35 Jahre, unternehmungslustig und ausgehfreudig
Angebot: unbefristet - Infos und Angebote in Clubs, Discos, Kino, Fast Food, Erlebnisgastronomie, Bars, Restaurants, Frisör, Partys
Kommunikation: Internet, eMail-Newsletter, Kundenmagazin, SMS, Hotline



partycardgold

Verbreitung: deutschlandweit (Berlin, Köln, München, Hamburg)
Zielgruppe: 21 bis 60 Jahre – konsum-/ausgehfreudig, anspruchsvoll
Angebot: unbefristet - Infos und Angebote in Clubs, Discos, Kino, Fast Food, Erlebnisgastronomie, Bars, Restaurants, Frisör, Party
Kommunikation: Internet, eMail-Newsletter, Kundenmagazin, SMS, Hotline

Auszug aus bestehenden Kundenbindungssystemen



Städte-Systeme – Beispiel: berlincard

- Verbreitung:* Berlin, Köln
- Zielgruppe1:* Touristen, 16 bis 40 Jahre
- Zielgruppe2:* Unternehmen mit „Kiez-Angebotserweiterung“
- Angebot:* 9 Tage für 9,99 Euro Infos und Angebote in Clubs, Kino, Fast Food, Erlebnisgastronomie, Bars, Touristen-Magneten
- Kommunikation:* Internet, Begleitheft, eMail-Newsletter, SMS, Hotline



Vereins- /Club-Systeme – Beispiel: BDSmembercard

- Verbreitung:* deutschlandweit oder regional
- Zielgruppe:* Clubs, Vereine, Verbände
- Angebot:* Laufzeit je nach Wunsch bzw. Mitgliedschaft - umfassendes zielgruppenspezifisches Informations- und Vorteilsangebot
- Kommunikation:* Internet, Begleitheft, Kundenmagazin, Newsletter, Hotline

Auszug aus bestehenden Kundenbindungssystemen



MieterCard-Systeme

- Verbreitung:** regional als auch überregional
Zielgruppe: Mieter von Wohnungsbaugesellschaften, -genossenschaften
Angebot: unbefristet, je nach Mietdauer - regionale und überregionale Informationen und Vorteile - Bars, Restaurants, Cafés, Kino, uvm.
Kommunikation: Internet, Begleitheft, eMail-Newsletter, SMS, Hotline, uvm.



EnergieCard-Systeme

- Verbreitung:** regional als auch überregional
Zielgruppe: Kunden von Energiegesellschaften
Angebot: unbefristet, je nach Vertragsverhältnis mit Kunden - regionale und überregionale Informationen und Vorteile - Bars, Restaurants, uvm.
Kommunikation: Internet, Begleitheft, eMail-Newsletter, SMS, Hotline, uvm.

Auszug aus bestehenden Kundenbindungssystemen



Komplettlösung NH World Deutschland

Kunde: NH Hoteles Deutschland

Auftrag: Betreuung des Kundenbindungsprogramms

Beschreibung: Die spanische Hotelgruppe NH Hoteles in Deutschland bietet ihren Gästen mit dem Kundenprogramm NH World zahlreiche lohnende Vorteile: Dazu gehören dauerhafte Angebote bei namhaften Partnern, wie s.Oliver, Avis, Fitness First oder CinemaxX. Zudem bietet die NH World den Mitgliedern monatliche Aktionsrabatte wechselnder Partner, attraktive Gewinnspiele, exklusive Hotelangebote sowie besondere Events. Zum Launch der Vorteilswelt konnten Mitglieder zum Beispiel Apple iPods oder Karten zu Sportveranstaltungen gewinnen.

Verbreitung: national (Deutschland)

Zielgruppe: NH World Mitglieder (Stand Mai 2009: 120.000)

Angebot: 10 NH World Dauerpartner, monatliche Gewinnspiele und Aktionen

Kommunikation: Internet, eMail-Newsletter, Flyer, RollUps, Plakate, Postkarten

MOBILE MARKETING 2.0

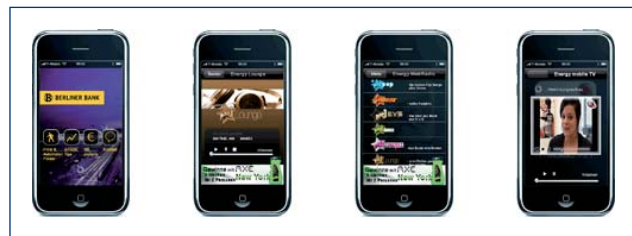
Die Unternehmensdarstellung über das Internet hat sich in den letzten Jahren zu einer der entscheidenden Schnittstellen zum Kunden und beim Vertrieb entwickelt – Informationen, Dienstleitungen, Angebote zu jeder Zeit abrufbar, zu jeder Zeit buchbar.

Mit den neuesten Möglichkeiten und Technologien entwickelt und betreut die DGMK Internetseiten und Internetinhalte, die sich der Displaygröße von Mobilfunkgeräten automatisch anpassen und dadurch benutzer- und anwendungsfreundlich werden – von unterwegs die wichtigsten Informationen praktisch abrufen oder bequem die nächste Reise buchen oder online shoppen gehen usw.

Speziell den Kundenwünschen und Produkten angepasste iPhone-Applikationen, so genannte „Apps“, bieten zusätzlich ganz außergewöhnliche Anwendungsmöglichkeiten – insbesondere bei der Erschließung neuer Empfänger für den großen Zukunftsmarkt mobile internet advertising – mobile Werbung.



Mobilisierung von Internetseiten



mobile internet advertising