



Buongiorno erweitert seine unternehmenseigene innovative IMM Plattform für europäische Mobilfunkunternehmen und startet zusammen mit Belgacom das Prepaid Reward Programm Play&Gold

„Play&Gold“ bietet Prepaid Kunden von Belgacom für jede Aufladung Sofortpreise wie Freiminuten, SMS oder Sachpreise sowie die Chance auf einen Großgewinn

08. Februar 2010 – Buongiorno (Italien, MTA STAR: BNG), einer der Weltmarktführer im mobilen Entertainment, präsentiert heute den Launch eines innovativen Loyalty Programms mit Namen Play&Gold für die Prepaid Kunden von Belgacom (Proximus) in Belgien. Der Service wurde am 28. Januar 2010 gelauncht und nutzt die innovative CRM Plattform, die Buongiorno in 2009 bereits sehr erfolgreich mit O2 Telefónica in UK und Telecom Italia Mobile implementiert hat.

Als Experte im Bereich Mobile Entertainment besitzt Buongiorno die unternehmenseigene Technologie und das Know-How, das Customer Relationship Management (CRM) der Mobilfunkbetreiber zu optimieren. Buongiorno's Real-Time Lösung verhilft den Mobilfunkunternehmen ein besseres Verständnis über Kundenverhalten zu erlangen und deren Treue mit Preisen zu belohnen, was im Umkehrschluss nachweislich den ARPU steigert sowie sich positiv auf Kundenzufriedenheit und Loyalität auswirkt.

Wie auch andere innovative Formen von CRM spielt IMM eine immer größer werdende Rolle im Angebot der Mobilfunkunternehmen. Aufgrund der verstärkten Konkurrenz auf dem Markt sowie dem gesamtwirtschaftlichen Bedingungen suchen Mobilfunkunternehmen immer neue Wege, um ihre wertvollen Kunden an oberste Stelle zu setzen und die direkte Beziehung zu den Kunden zu verbessern, indem diese für ihre Treue und Loyalität belohnt werden.

Buongiorno's IMM Lösung wurde bereits sehr erfolgreich im Februar 2009 bei O2 Telefónica in England und im Oktober 2009 bei Telecom Italia Mobile implementiert.

Adhish Kulkarni, Gopal Head of Products and CRM bei Buongiorno: „Wir haben auf dem europäischen Mobilfunkmarkt festgestellt, dass unsere Partner neue, innovative Wege suchen, sich vom Wettbewerb abzuheben, indem sie ihre Kunden für ihre Treue belohnen. Buongiorno hat in eine einzigartige Plattform investiert und diese Investition hilft uns nun, der bevorzugte CRM Partner zu werden, wenn wir weitere Mobilfunkunternehmen ansprechen. Dabei unterstützen wir diese sowohl in der Bereitstellung der technischen Lösung als auch beim Aufsetzen und Durchführen der Marketing Kampagnen um die Kunden langfristig zu binden, ihren ARPU nachhaltig zu erhöhen und den Churn zu verringern.“

Über „Play&Gold“

Play&Gold ist das erste Programm bei Proximus in dieser Art, das Kunden einen Sofortpreis bei jeder Aufladung über 15€ oder mehr anbietet. Wenn ein Kunde sein Konto aufgeladen hat, bekommt dieser eine Textmitteilung, die einen individuellen Code enthält und die sie auf die relevante Proximus Seite www.proximus.be/gold/ (erreichbar über das Internet) lenkt, wo sie ihren Preis einlösen können.

Abhängig vom Aufladevolumen ist der Kunde für unterschiedliche Preiskategorien berechtigt: Silber oder Gold. Das wichtigste aber dabei: jeder Kunde, der mehr als 15€ auflädt kann mitspielen und jeder, der mitspielt bekommt garantiert einen Preis.

Die Preise sind unter anderem Gratis-SMS oder Freiminuten sowie Sachpreise wie Digitalkameras, Einkaufsgutscheine, Kinokarten oder Wellnessgutscheine. Jede Aufladung von mehr als 15€ garantiert dem Proximus Kunden einen Preis und jeder aufgeladene Euro gibt dem Kunden die Möglichkeit, an der Endverlosung teilzunehmen.

Über Buongiorno

Buongiorno (Italien, MTAX STAR: BNG) ist das führende, multinationale Medienunternehmen im Bereich des digitalen und mobilen Entertainments. Mit 24 Büros in 57 Ländern auf 5 Kontinenten sowie 200 direkten Verbindungen mit +130 Mobilfunkunternehmen und Zugriff auf 2 Milliarden Mobilfunkkunden, bietet Buongiorno eine einmalige internationale Präsenz. Buongiorno ist Marktführer in Europa und ist einer der Top 3 Player in acht der wichtigsten Länder der Welt. Durch das Joint Venture mit der japanischen Gruppe Mitsui & Co. Ltd., ist Buongiorno auch in Russland und im Asiatisch-Pazifischen Raum (Indien, Vietnam und den Philippinen) präsent. Das Unternehmen arbeitet in zwei Geschäftsbereichen: direkter Vertrieb von mobilen Mehrwertdiensten durch Marken wie Blinko Gold für Mobile Content Services und peoplesound als Social Networking Brand sowie durch Partnerschaften mit führenden Mobilfunkunternehmen und Mediagruppen (Consumer Services) und digitalen Marketing Services (Buongiorno!Digital).



Für weitere Informationen über Buongiorno, besuchen Sie bitte die Webseite: www.buongiorno.com

Für weitere Informationen kontaktieren Sie bitte:

Eleonora Villanova

Global PR & IR Executive

Tel. +39 02 582131

Email: eleonora.villanova@buongiorno.com