

ERFORDERLICHE ANGABEN ZUR EINREICHUNG

1. Formale Anforderungen

- Format: Einreichung als zusammenhängendes PDF
- Sprache: Deutsch
- Dateigrösse: maximal 20 MB
- Dateiname: Unternehmen_Kategorie_2026.pdf
- Bilder & Logos: als separate Dateien in guter Qualität
- Video (sofern verfügbar): separate Datei in guter Qualität

2. Titel der Einreichung (Programm/Unternehmen)

Bitte gebe einen Titel von maximal 10 Wörtern ein.

Wenn du eine Agentur bist, die im Namen eines Kunden einreicht, gilt folgende Namenskonvention:

Name des Kundenbindungsprogramms - Kundenorientiertes Unternehmen mit Agenturname z.B. *Loyalty Booster* (Name des Kundenbindungsprogramms) – *Muster AG* (Kundenorientiertes Unternehmen) mit *Loyalty Gate* (Agenturname)

3. Loyalitätsprogramm-Kurzbeschreibung

Erläutere in 250 Worten, wie dein Kundenbindungsprogramm funktioniert. Versuche, die Ziele der Initiative, des Projekts oder des Programms genau zu beschreiben. Bitte nenne auch das Jahr der Einführung.

4. Details zur Einreichung

Bitte beantworte die folgenden Fragen in maximal 750 Wörtern:

Was hat dein Treueprogramm erreicht, um sich für den Preis zu qualifizieren?

Erläuterung des Ansatzes für die Umsetzung (Begründung und Inhalt)

Welche Vorteile ergeben sich daraus?

- Für dein Unternehmen: z. B. Wettbewerbsvorteile, Effizienz, ROI, Performance-Verbesserung
- Für deine Kunden: z. B. Nutzererfahrung, Servicequalität, Relevanz des Angebots

Welche zwei Erfolgsfaktoren zeigen am besten, warum dein Programm den Loyalty Award erhalten sollte?

Bitte beziehe die Ergebnisse auf die ursprünglichen Ziele.

5. Loyalty KPIs

Die folgenden KPIs müssen in deiner Haupteinreichung enthalten sein. Bitte beachte, dass die rot markierten KPI obligatorisch sind und die anderen KPI nach Möglichkeit angegeben werden sollten.

- a. **Kunden-Basis** (Gesamtzahl der Kunden, Mitglieder und Nicht-Mitglieder – allenfalls geschätzt)
- b. **Member-Basis** (Anzahl der Mitglieder deines Kundenbindungsprogramms)
- c. **Aktivitäts-Rate** (% der Mitglieder, die aktiv sind, d.h. innerhalb der letzten 12 Monate mit deinem Programm interagiert haben)
- d. **Umsatzabdeckungs-Rate** (% Umsatz/Verkauf über treue Mitglieder)
- e. **Redemption-Rate** (Einlösungsrate der ausgegebenen Punkte – falls zutreffend)
- f. **Spend Uplift-Rate** (Umsatzsteigerung durch das Programm oder die Initiative, in % des Gesamtumsatzes – sofern messbar)
- g. **Churn-Rate** (Abwanderungsrate über 12 Monate in % aller Mitglieder)
- h. Effektiv ausbezahlter Mehrwert an Mitglieder (% vom Umsatz)
- i. Andere KPIs für Verhaltensänderungen, die für Jury von Interesse sein könnten

Bei inhaltlichen Fragen zu den Einreichungsanforderungen kontaktiere bitte alexander.meili@fh-hwz.ch.