

22.10.2024 - 22:53 Uhr

Ascenda verändert die Wirtschaftlichkeit für Finanzinstitute mit einem neuen Loyalty-as-a-Service-Angebot

New York (ots/PRNewswire) -

Ascenda, das weltweit am stärksten vernetzte Prämien-Ökosystem, hat heute den Start seines neuen Loyalty-as-a-Service-Angebots bekannt gegeben. Das bahnbrechende Modell stellt etablierte Branchennormen in Frage und maximiert die Geschäftsergebnisse für Finanzinstitute durch mühelosen Zugang zu skalierbaren, erstrebenswerten Belohnungsangeboten, die überdurchschnittliche Renditen liefern.

Jahrzehntelang haben Unternehmen, die Belohnungstechnologien und -inhalte anbieten, nach einem Verkäufermodell gearbeitet, das sie nicht am Erfolg ihrer Kunden teilhaben lässt. Die Finanzinstitute stehen in der Pflicht, die richtigen Bestandteile des Kundenbindungsmarketings zu beschaffen und sie so einzusetzen, dass ein ROI erzielt wird – oft mit gemischten Ergebnissen. Ascenda ändert dieses Paradigma nun, indem es Loyalität als Partner und nicht als Lieferant anbietet.

Das neue Loyalty-as-a-Service-Angebot verändert die Marketingökonomie für Finanzinstitute durch ein ergebnisorientiertes Partnerschaftsmodell, das sich aus folgenden Komponenten zusammensetzt:

- **Ganzheitlicher Zugang zum Ökosystem:** Ascendas komplettes Angebot an bewährter Technologie und überzeugenden Lifestyle-Inhalten ist mühelos an einem Ort zugänglich. Dies ist das erste Mal in der Branche, dass alle Puzzlestücke, die für ein Loyalitätsmarketing mit hohem ROI benötigt werden, nahtlos vereint sind – von auslöserbasierten Kampagnen bis hin zu unvergesslichen Kundenerlebnissen.
- **Einfacher Einstieg zum Nulltarif:** Marken können entweder die gesamte Lösungssuite nutzen oder nur einzelne Komponenten einsetzen – immer ohne Einrichtungskosten oder Plattformgebühren. Dadurch werden alle Hindernisse beseitigt, sodass die Finanzinstitute neue Kundenangebote schneller auf den Markt bringen können.
- **Ergebnisorientierte Werbespots:** Ascenda berechnet nur den tatsächlich gelieferten Inhalt und die erzielten Wachstumsergebnisse. Dies mindert das finanzielle Risiko der Einführung einer Kundenbindungslösung und bedeutet, dass Ascenda stark in die Erzielung messbarer Kundenergebnisse investiert.

„Unser neues Loyalty-as-a-Service-Angebot ist für Banken und Fintech-Unternehmen weltweit revolutionär“, sagt Kyle Armstrong, CEO von Ascenda. „Für viele Marken sind die Kosten für Belohnungen einer der größten Ausgabenposten in der Gewinn- und Verlustrechnung, aber sie sind mit der Rendite dieser Investition unzufrieden. Wir verändern das völlig mit einer Verlagerung von der Bereitstellung von Kundenbindungssoftware zur Bereitstellung von Kundenbindungs-ROI. Unser neues Modell macht die Dinge mühelos und sorgt für eine echte Angleichung der Anreize, sodass sich die Wirtschaftlichkeit deutlich verbessert.“

Das neue Angebot ist ab sofort für Finanzinstitute verfügbar, die Ascenda nutzen, und wird schrittweise auf den bestehenden Kundenstamm ausgedehnt.

Logo – https://mma.prnewswire.com/media/1948326/Ascenda_Blue_Logo.jpg

View original content: <https://www.prnewswire.com/news-releases/ascenda-verandert-die-wirtschaftlichkeit-fur-finanzinstitute-mit-einem-neuen-loyalty-as-a-service-angebot-302283719.html>

Pressekontakt:

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an press@ascenda.com.