

Sistem lojalnosti "wee" s prav posebnim sijajem danes v Nemčiji, Poljski, Slovaški in Sloveniji. Švicarsko podjetje weeConomy AG danes več kot uspešno povezuje in razvija tržišče v Evropi z več kot 10 milijoni koristnikov.



Z več kot 20.000 prevoženimi letalskimi miljami v tednu: Cengiz Ehliz je danes pri razvoju trga z "wee" prisoten že v 19 državah . Več o nadaljnjem besedilu najdete preko ots in www.presseportal.de/nr/122695 / Uporaba zgornje slike je v uredniške namene brezplačna. Objava v javnosti: "obs/weeCONOMY AG"

- Strategija hitrega razvoja v 100 evropskih mestih in regijah je v kratkem obdobju obrodila sadove: več kot 15.000 novih ponudnikov – trgovcev in več kot 10 milijonov novih "wee" uporabnikov v zadnjih 6 mesecih.
- Revolucija v prihodnosti malih trgovcev: vrača konkurenčno prednost s pomočjo digitalizacije poslovanja in reklamo z lastno E-Promocijo poslovanja in možnostjo participacije od globalnih nakupov lastnih kupcev preko interneta v prihodnje z uporabo in koriščenjem "wee".

- Personalizirane weeKartice , weeAplikacija in portal wee.com s trenutno ponudbo z več kot 1.000 renomiranimi internetnimi ponudniki, povezuje lokalnega trgovca z E-Commerce ponudbo in z globalno mobilno plačilno možnostjo.
- Primer Poljska : danes v več 30 mestih in do konca leta 2017 pri več kot 25.000 "wee"-Partner-jih (trgovcih) z več kot 2 milijona uporabniki.
- Slovenija: danes je procentualno najhitreje razvijajoči trg "wee" v Evropi
- Slovaška: danes v hitrem priključevanju novih trgovcev, pri nekaterih že z več kot 26.000 transakcijami na mesec preko wee.
- Koncept weeArena: investicija v višini enega milijona eurov v tehnologijo Hard-/Software; in s planom vzpostavitev novih 25 weeAren v naslednjih 5 letih.

Hiter razvoj in plasiranje novega edinstvenega in resničnega sistema lojalnosti "wee", kjer vam ob vsakem nakupu vrnejo Denar (www.wee.com) s personaliziranimi weeKarticami in weeAplikacijami in modernimi marketinškimi orodji je startal z veliko ekspanzijo. Trenutno s planskim razvojem podjetja weeConomy AG , ki je pri razvoju globalnega mobilnega sistema potegnilo k sodelovanju švicarske specialiste ,in investiralo več kot 5 milijonov evrov za hitro povečanje uporabnikov s pomočjo nakupovalnih akcij in promocij v evropskih mestih, in tako s tem denarjem podprlo bodoče nakupe uporabnikov pri lokalnih weeTrgovcih. (akcija »pridi po5EURjepotekalatudivSloveniji«) . "wee" predstavlja danes na trgu in v svetu resnično edini sistem lojalnosti, ki funkcionira povsod, zbrani popust uporabnikov s strani online nakupov lahko uporabnik takoj vnovči pri nakupih pri lokalnih trgovcih. In vse to predstavlja dober impulz za še hitrejšo povezovanje lokalnih trgovcev v Evropi, Aziji ali na Karibskih otokih.

"Danes se nahajamo na resnično dobri poti ", se nasmehne lastnik in ustanovitelj »wee« Cengiz Ehliz (47), mednarodni podjetnik s turškimi koreninami iz regije Oberbayern v Nemčiji. Vse to danes podprto z mednarodnimi merljivimi podatki pri plasiranju "wee" na tržišče, od letošnje pomladi, v povezavi z njegovim srčnim projektom, vzpostavitve prve v celoti brezgotovinsko weeAreno in ustvariti iz tega naslova vezane projekte na povečanje kapitalske vrednosti podjetja v 2018, in ustvariti še večji in hitrejši prodor na globalnem tržišču v prihodnosti.

Pravzaprav pri razvoju »wee« v bodoče pravi g.Ehliza ne obstaja nobene alternative: "Zakaj bi naj malega trgovca v bodoče zanimalo doseči več prometa? Več prometa, s pomočjo globalne prepoznavnosti in vidnosti na weeApp, kar mu prinaša konstantno tudi nove kupce in poskrbi , da se obstoječi kupci z veseljem vračajo nazaj k njemu? Zakaj bi se moral mali trgovec temu odpovedati v bodoče, če pa je omenjeno za njega skoraj brezplačno in mu prinaša sodelovanje v E-poslovanju skupaj z našo ponudbo?"

In zakaj bi se morali uporabniki v bodoče odpovedati možnosti , da svoj Denar resnično privarčujejo v obliki denarja ob vsakem nakupu?" Visoka pričakovanja skupine weeConomy AG izhajajo iz izkušenj v preteklosti, da eno povprečno srednjeevropsko gospodinjstvo pri razvitem projektu "wee" v regiji z brezplačnim koriščenjem »wee« lahko privarčuje tudi do 10 procentov vseh družinskih mesečnih izdatkov in si tako zagotovi boljše življenjske pogoje svoje družine.

Poljska na tej poti zagotavlja standarde učinkovitosti, kvalitete in kvantitete

Še posebej vzhodna Evropa dosega pri samem razvoju blagovne znamke "wee" impresivne uspehe. Waldemar Manhart (57), ki je tudi sam v Top Management prodajnega podjetja MPM - Mobile Payment Marketing Group, je odgovoren za razvoj projekta v Poljski z bodočim potencialom 30 milijonov uporabnikov. Sam je razvil strategijo, ki omogoča zelo hitro in učinkovito povezati nove trgovce s svojo ponudbo pri razvoju "wee" v državah. Njegov koncept klicnih centrov je globalni pilot projekt , ki kaže uspešno pot razvoja v bodoče: "Naši šolani agenti delujejo hitro in učinkovito", pojasni Waldemar , ki je pol nemških in pol poljskih korenin. "Po 10 minutnem klicu je vsak agent enostavno in hitro razložil vse prednosti sodelovanja v "wee" bodočemu trgovcu. Danes smo na poti, da naši klicni centri že dnevno aktivirajo 100 novih trgovcev v »wee« ponudbo.

Ekipa sodelavcev iz Poljske planira do konca leta skupno aktivirati 25.000 novih sprejemnih mest weePartnerjev –v "wee" ponudbo. Samo v Varšavi lahko danes že naši uporabniki v kratkem koristijo vse ugodnosti »wee« z uporabo weeKartice ali weeAplikacije pri več kot 1200 lokalnih trgovcih. Plan doseči 2 milijona korisnikov »wee« v tem letu zveni čisto realistično , kar si je zadala ekipa na poljskem trgu. Ravno tako, pa v ostalih državah prinašajo "wee"-akcijski dnevi resničen uspeh na tržišču. Primer mesta Posen: tukaj je bilo v sami začetni fazi pridobljenih več kot 80 lokalnih trgovcev, pri katerih se je z lokalno promocijo v mestu samo v enem tednu podelilo v mestu več kot 10.000 personaliziranih weeKartic trgovcev med njihove kupce, na katere je bilo dodano za vsakemu uporabniku tudi 5 eurov za njegove nakupe. V mestu se je tako podelilo 50.000 eurov katere so lahko novi uporabniki takoj koristili za svoje vsakodnevne nakupe pri lokalnih trgovcih, kar za trgovce predstavlja nov nepričakovani promet in novo motivacijo za vse lokalne trgovce na področju Posenerja, da se priključijo v »wee«.

Slovenija je danes vodilna država pri uvajanju koncepta »wee« na trgu

Za Valerija Ornik (46) in njenega partnerja , je majhna Slovenija poseben izziv: "Razvoj samega projekta »wee« danes že s pomočjo medijske promocije je danes več kot uspešen. Če na novem trgu naredite potrebno delo pri samem začetku, se zgodba hitro razširi sama, kajti kupci so z možnostjo več kot

zadovoljni. Lahko pa seveda se zgodi tudi obrnjeno še hitreje. Zato v bodoče v majhni Sloveniji, ki je v tem projektu tudi pilotna država ne želimo narediti nobene napake." Seveda je sam razvoj projekta na začetku predstavljal izzive na vseh področjih, predvsem konstanten razvoj software je vedno predstavljal nov in dodaten izziv na majhnem tržišču, ampak skupaj z ekipo smo omenjeno nekako uspeli vedno kompenzirati. Danes je Slovenija lahko ponosna, da smo koncept v Sloveniji kljub izzivom na poti uspeli obdržati in ga konstantno povečevati s ponudbo. V glavnih mestih Ljubljana, Maribor in Celje se prav tako pripravlja koncept klicnih centrov za leto 2018 vse to v povezavi z ekipo sodelavcev v samih mestih in medijsko promocijo. V naslednjih 2 letih je plan povezati s ponudbo v Sloveniji glavnino malih trgovcev in tako več kot uspešno zaključiti zastavljeni projekt", pove g Ornik, kar pomeni da bo kompletna Slovenija ena velika »wee« dežela . Skupaj s partnerjem je g.Bezjakom (55) je g. Ornik zadolžena tudi za tržišče »wee« na Hrvaškem , kjer je cilj doseči in povezati v kratkem aktivno 50.000 trgovcev v ponudbo »wee« do konca 2019 in tako tudi uspešno zaključiti projekt »wee« s strani švicarskega podjetja weeConomy AG uspešno.

"wee" trenutno privlači kot magnet trgovce tudi v Slovaški

Miroslav Schmidt (51) in Ica Schmidt (50) skrbita za to več kot uspešno, vzpostaviti in oblikovati novo "wee" tržišče v Slovaški in Češki. Trenutno leži fokus v Slovaški – kjer uspešno deluje v mestih Zilina, Topolcany in Banska Bystrica. "Prišli smo do zaključka", pojasnjuje po narodnosti Slovak g.Schmidt, "da smo uspešni drugače kot v Češkem v majhnih področjih, kjer lažje in efektivneje priključujemo trgovce..." Trenutno je aktivnih 500 trgovcev in več kot 40.000 uporabnikov, ki so med sabo povezani v "wee" konceptu. Imamo trgovce, ki so resnično zadovoljni kot partnerji »wee« - pri nekaterih se mesečno dogaja več kot 26.000 transakcij s strani kupcev.

Za lastnika podjetja »wee« g.Ehliza tako postaja njegova vizija danes realnost

"izdelek je vedno samo izdelek", pojasnjuje vizionar na področju globalnega mobilnega sistema, "za tem že dolgo ne stoji nobena romantika. Moj cilj je, da bodo lahko ljudje po vsem svetu uporabljali samo eno kartico ali še bolje eno aplikacijo , in to našo »wee«. Ponudili bomo tudi alternativo, da bo lahko uporabnik tudi kupoval in plačeval v prihodnje z weeApp s svojim pametnim telefonom."

V vsakem primeru šteje: minimalno 50 trgovcev – pekarjev, trgovin z oblačili, restavracij, hotelov, kino dvoran itd. – ki bodo želeli in morali postati weePartnerji , ko bomo aktivirali lokalne wee-akcijske dneve. Prvi trgovci prejmejo v okviru ponudbe weeConomy AG določeno število svojih personaliziranih weeKartic, ki jih lahko podelijo svojim kupcem in strankam ali

zaposlenim. V času weeAkcijskih dnevov v mestu bo vsaka kartica imela tudi 5,00 eurov vrednosti, ki jo lahko novi uporabnik vnovči ob nakupu pri naših weeTrgovcih v mestu. Če pa se slučajno zgodi, da se "izgubi žar nakupovanja" pri kartici, ki ima naloženo stanje, nobena težava, vsak uporabnik si lahko svoj denar nakaže tudi na svoj bančni račun.

Vsako mesto ali regija tako prejme in pridobi z weeAkcijskimi dnevi tudi določeno vzpodbudo v višini 50.000 eurov denarja, ki ga bodo naši uporabniki želeli potrošiti pri lokalnih trgovcih v mestu ali regiji. Za ta del in ekspanzijo v Evropi imamo pripravljenih skupno 5.000.000 eurov.

Nemčija začenja s pilotnim projektom weeArena

Prvi pilotni projekt priključevanja weeAren v prihodnje se začenja Bad Tölzu. "skupaj z regionalno pomembnim športnim klubom, ki igra v DEL2-ligi, hokejsko moštvo EC Bad Tölz, kjer smo postali tudi glavni sponzorji kluba. Pod pogojem, da smo dobili s tem tudi pravico stadion preimenovati v weeAreno, bomo začeli uvajati postopno tudi kompletno brezgotovinsko poslovanje v bodoče. Tukaj v Oberlandu testiramo povezovanje online ponudbe z ponudbo regionalnih trgovcev in vse to povezano z weeAreno, ki je za nas glavno orodje pri uvajanju mobilnega plačilnega sistema v prihodnje." g. Ehliž nadaljuje: "Že danes si lahko predstavljam, da bo v naslednjih petih letih aktiviranih v Evropi najmanj 25 takšnih weeAren. Kot osrednja točka globalnega prodora na trg skupaj z regionalnimi trgovci in v povezavi z globalno ponudbo"

Medijski kontakt:

weeConomy AG
Tilmann Meuser
Mediensprecher / Public Relations
c/o CP/CONSULT Consulting Services GmbH
Tel: 0201/890699-15; mobil: 0177/8095117
Mail: meuser@cp-cs.de

Service: informacije in fotografije na
<http://blog.wee.com/presse/> z možnostjo uporabe za javnost.

Vseh objav in informacij z javnostjo se že vnaprej veselimo.

Originalna vsebina od: weeCONOMY AG, posredovana v javnost