

München, September 2009

Eine weitere erfolgreiche „Emotional Incentive“ Aktion mit HP hat begonnen:

Nachfolgend der sehr erfolgreichen „Emotional Incentives“ Kampagne mit HP im DACH-Consumer Channel im Jahr 2007, freut sich Gold-Gate, die **Wiederholung der Erfolgsgeschichte** zu verkünden. Im Zentrum dieser erneuten „Emotional Incentives“ Promotion „EXTRA-WEEKEND“ stehen dieses Mal sowohl die Zielgruppe Small Businesses, die ihren IT Bedarf über den Einzelhandel beziehen, als auch „Consumer“.

*„HP beweist damit erneut, dass das Unternehmen weiss, wie es seine Kunden am besten für Loyalität belohnen kann. Die Tatsache, dass unsere Partner, wie HP, sich immer wieder für unsere „Emotional Incentives“ Promotions entscheiden, ist **der beste Beweis für die Effektivität unserer emotionalen Motivations- und Verkaufsförderungskonzepte.**“*, sagt Erik Feingold, Geschäftsführer der Gold-Gate GmbH.



Beispiele PoS Materialien, HP EXTRA-WEEKEND 2009

Jeder Kunde, der sich für eines der teilnehmenden Modelle entscheidet, erhält zusätzlich als „emotionale Zugabe“ einen **EXTRA-WEEKEND Voucher** mit dem Produkt. Dieser Voucher gilt für eine Wochenend-Übernachtung für Zwei in einem der über 100 teilnehmenden Hotels der Marriott International Gruppe, der Sheraton Gruppe und der Ramada Hotels in Europa und im Nahen Osten.

Die EXTRA-WEEKEND Aktion wird begleitet von speziell auf die „Print-Money?“ Aktion abgestimmten Point-of-Sale Materialien (Boxsticker, Wobbler, Leaflets, etc.), Druckanzeigen und Radio Spots.

Über Gold-Gate:

Das 1996 gegründete Unternehmen Gold-Gate ist, als Spezialist für die Wissenschaft der Emotionen, Dienstleister für Gesamtlösungen zur emotionalen Motivation und Bindung von Kunden, Geschäftspartnern und Mitarbeitern. Die Programme von Gold-Gate basieren auf neuesten, bahnbrechenden Entdeckungen auf den Gebieten der Verhaltenswissenschaft und der Neuropsychologie. Gold-Gate kooperiert mit den weltgrößten und prestige-trächtigen Hotelkette (z.B. Marriott, Renaissance, Sheraton, Le Meridien, Westin und Ramada), sowie mit führenden Dienstleistern für Spa- und Wellness-Produkte sowie mit Luxusautos. Zum Portfolio von Gold-Gate gehören auch die eigens entwickelte EMOTIONALYSIS™ Technologie und die Software POWER2VOICE.

Zu den Kunden von Gold-Gate gehören u.a. Miele, Samsung, HP, Loewe, Harman International, Fujitsu-Siemens, Galeria Kaufhof und viele andere namhafte Unternehmen (siehe auch unter www.gold-gate.com/references.html).