BLUEWAVE

DAS MAGAZIN FÜR GUTE GESCHÄFTE MIT AMERICAN EXPRESS KUNDEN AUSGABE 1/2015

Persönlich angezogen
Kleider machen Leute

American Express Selects
Neue Möglichkeiten für Ihr Geschäft

Federico Marangoni, Mitinhaber und Geschäftsführer der Schokoladenmanufaktur Du Rhône Chocolatier in Genf

Mit Tradition in die Zukunft

Unter uns

Alex Friedli, Leiter Firmenkundengeschäft American Express

Trotz des starken Frankens geht es dem Werkplatz Schweiz gut. Wenn gleich erste Wolken am Horizont auszumachen sind; denken wir an den Schweizer Tourismus, oder denken wir an den Einkaufstourismus in den Grenzgebieten unseres Landes. So oder so. Die Antwort für uns alle heisst «Flagge zeigen», sich also positionieren. Über die Qualität, über den Service, über die Kreativität des Angebots. 4 Flagge zeigt die kleine Schokoladenmanufaktur Du Rhône Chocolatier in Genf bereits seit 140 Jahren. Und jetzt wird expandiert. In Saudi-Arabien wurde jüngst ein Shop eingerichtet. Und bald ist Asien an der Reihe. 6 Flagge zeigen Sie im Geschäftsleben mit angemessenen Outfits. Mal mutiger, mal klassischer, je nach Vorliebe und Typ. Gewinnen Sie ein mehrstündiges Personal-Shopping mit Luisa Rossi, gestiftet von PKZ. 8 Flagge zeigen Sie mit attraktiven Angeboten. Machen Sie mit und gehören Sie zu den ersten, die sich auf dem neuen American Express Selects Portal präsentieren. 10 Und Flagge zeigen Sie, indem Sie den American Express Kleber gut sichtbar in Ihrem Eingangsbereich platzieren. Unsere Mitglieder achten darauf. Auf gute Geschäfte!

Herzlich,

Ihr Alex Friedli

Impressum
Herausgeberin BLUEWAVE Magazin: Swisscard AECS GmbH, Neugasse 18, CH-8810 Horgen, American Express Merchant Services provided in Switzerland by Swisscard AECS GmbH. Verantwortlich bei Swisscard AECS GmbH: Markus Wirth, Merchant Marketing Manager – Marketing & Sales. Verantwortlich für die Inhalte zu «Shopping/Mixed Pickles»: Bei Partnerangeboten stellt die Swisscard AECS GmbH lediglich die Werbefläche zur Verfügung. Allfällige Ansprüche richten sich direkt gegen den jeweiligen Partner, basierend auf seinen Geschäftsbedingungen. Verantwortlich bei der Agentur für Dialog Marketing, Der Navigator: Salvatore Pittalis, Gestaltungskonzept und Layout, Mathias Zimmermann, Redaktion, Marcel Gonzales-Ortiz und Michael Sieber, Fotografie, Daniela Arnold, Koordination Übersetzungen und Lektorat, Martin Bauer, Konzeption und Projektleitung. Erscheinungshäufigkeit: dreimal jährlich. Adressat: American Express Akzeptanzpartner. Zustellung: Das BLUEWAVE Magazin wird den Akzeptanzpartnern direkt zugestellt. Kostenlose Bezugsmöglichkeit und Feedback: gerne via **info.partner@swisscard.ch** – Alle Rechte vorbehalten.

Fotos: Titelseite und Seite 4, Michael Sieber

Alexandre Marangoni ist Mitinhaber und Geschäftsführer der Schokoladenmanufaktur Du Rhône Chocolatier in Genf und führt ein 140-jähriges Traditionshaus in die Zukunft.

Eine gute Geschichte muss erzählt werden

Herr Marangoni, seit jeher zieht das Geschäft Ihrer Chocolaterie illustre Leute wie General de Gaulle, Grace Kelly, J.F. Kennedy, Winston Churchill und viele andere an. Was ist es, das diese Menschen an die Rue de la Confédération zieht? Wir sind einer der ältesten Chocolatiers in Genf und setzen seit 1875 auf qualitativ hochwertige Produkte. Das spricht sich herum, hier kennt uns jedes Kind. Und wer einmal bei uns eingekauft hat, der kommt immer wieder. Aber selbstverständlich haben wir auch das Glück in einer international ausgerichteten, offenen Stadt zuhause zu sein.

Die Schweiz ist ein Schokoladeland. Es gibt einige erstklassige Chocolatiers. Wie oder wo machen Sie den Unterschied – oder anders gefragt: was macht Sie so speziell? Unser Geschäft liegt mitten in der Stadt, gleich an der Ecke zur Rue du Rhône. Wir gehören zu den letzten, die noch nach alter Sitte dort produzieren, wo wir unsere Köstlichkeiten auch verkaufen. Das schätzen die Menschen. In unserem Laden spürt und riecht man förmlich, dass sozusagen hinter der Verkaufstheke unsere Chocolatiers am Werk sind. Wir zeigen unseren Kunden, dass bei uns von A – Z alles von Hand gemacht wird; wir verwenden keine Zusatzstoffe, dafür ausschliesslich erstklassige Rohstoffe. Das war schon immer so und genau so soll es auch bleiben.

Ein hervorragendes Produkt ist das eine, die Sache an den Mann oder die Frau zu bringen, ist das andere? Welches ist Ihre Marketingstrategie, wie zeigen Sie Flagge? In Genf kommt man zu uns. Wir haben Kunden, deren Eltern und Grosseltern, ja sogar deren Urgrosseltern bereits bei uns eingekauft haben. Regional sind wir bestens verankert. Im internationalen Geschäft setzen wir auf die vom Publikum so geschätzten Schweizer Werte Qualität, Fleiss und Zuverlässigkeit. Das sind Eigenschaften, von denen wir als Schweizer Unternehmen profitieren können. Aber sie sind auch ständig Herausforderung und Anspruch zugleich – wir wollen den hohen Erwartungen unserer Kundschaft gerecht werden. Das beweisen wir Tag für Tag. Nur so ist es uns gelungen, Vertrauen zu schaffen und eine treue Kundschaft zu gewinnen.

Der Franken ist stärker geworden. Spüren Sie diese Entwicklung? Wir haben das Glück, dass unser Markt weniger preissensibel ist, als dies vielleicht in anderen Märkten der Fall ist. Trotzdem müssen wir Sorge tragen und wachsam bleiben. Grundsätzlich gilt: Das Preisleistungsverhältnis muss stimmen. Wir und unsere Kunden sind Partner. Der Kunde schätzt unsere Qualität und ist auch bereit, einen etwas höheren Preis dafür zu bezahlen. Wir wiederum halten viel von unserer Kundschaft und sind auch bereit, unsere Marge etwas zu reduzieren. So kommen wir uns beide entgegen und schaffen eine Win-Win-Situation. Wir denken immer mittel- und langfristig – damit sind wir gut gefahren.

Sie haben in Saudi Arabien bereits einen Shop eröffnet, Asien ist als nächstes dran. Wieso expandieren Sie ins Ausland? Die Schweiz ist ein gesättigter Markt. Aber auf meinen Reisen habe ich festgestellt, dass zwar unsere belgischen und französischen Mitbewerber an vielen Standorten vertreten sind, selten jedoch Schweizer. Das muss sich ändern. Wir wollen das erstklassige Image, das die Schweiz im Ausland geniesst, nutzen und unsere Produkte näher zu den Menschen bringen. International gibt es ein grosses Potenzial. Davon möchten wir profitieren – gemeinsam mit unseren internationalen Partnern.

Eine ganz persönliche Frage: Welche Ihrer Kreationen gefällt Ihnen am besten? (lacht) Alle! Im Ernst – manchmal habe ich Lust auf dieses, dann wieder auf jenes. Aber wenn ich die Qual der Wahl haben müsste, dann würde ich mich für unsere «Coline» entscheiden. Sie besteht aus 70% schwarzer Schokolade, ist unüberbietbar zart und hat eine hauchdünne Couverture. Ein raffiniertes Meisterstück und die Gewinnerin des 2011 Salon International des Chocolats de Genève.

AMERICAN EXPRESS

WUSSTEN SIE ...

40 % der in der Schweiz generierten Kartenumsätze mit American Express stammen von ausländischen Kunden.

Quelle: The Nilson Report 2013

Styling für American Express Partner: Auch im Business kleidet man sich heute modischer und individueller. Zeigen Sie im Geschäftsleben Flagge mit angemessenen Outfits. Mal mutiger, mal klassischer, je nach Vorliebe und Typ. Gewinnen Sie ein Personal-Shopping bei PKZ mit Styling-Ikone Luisa Rossi!

So wirken Sie gepflegt und sympathisch

Blazer

«Das Must dieser Saison»

Ein schöner Damen-Blazer rundet jeden Look ab – egal ob fürs Geschäft oder in der Freizeit. Helle Blazer sind in dieser Saison besonders angesagt.

Shirt

«Früher drunter, heute drüber»

Kleine Details wie zum Beispiel eine Spitzen-Bordüre machen Spass und unterstreichen die Weiblichkeit.

Ein gut angezogener Mensch ist grundsätzlich attraktiv. Man begegnet ihm gerne. Denn man freut sich, wenn man etwas Schönes sieht. Und das hat eine nicht zu unterschätzende Wirkung. Die Schweizer Styling-Ikone und Personal-Shopping-Expertin für PKZ, Luisa Rossi, weiss das und kann manche Geschichte erzählen, wie jemand mit dem passenden Styling plötzlich viel besser ankommt. Hier ihre Kommentare zu den Outfits der beiden Models aus der aktuellen Frühlingskampagne von PKZ.

Luisa Rossi

Schuhe

«Klasse kann ganz bequem sein»

Sling-Pumps sind ein beliebter Klassiker und stehen für Eleganz und Savoir-comment. Kaufen Sie diese Saison helle Farben. Diese passen wunderbar zu den aktuellen Trendfarben in Pastell.

Hose

«Edle Materialien sind gefragt»

Gemusterte Hosen boomen in dieser Saison. Sie sind ein veritabler Hingucker. Wichtig ist das Material – optisch edle Materialien vermitteln die entscheidende Wertigkeit.

PKZ WOMEN – PKZ MEN

WETTBEWERB

Machen Sie mit und gewinnen Sie mit etwas Glück ein zweistündiges Personal-Shopping mit Styling-Expertin Luisa Rossi bei PKZ WOMEN oder PKZ MEN. Preis gestiftet von PKZ. Teilnahme: E-Mail mit Stichwort «Personal-Shopping» und Adressangaben bis spätestens 30.6.2015 an infopartner@swisscard.ch

Teilnahmebedingungen Verlosung: Teilnahmeberechtigt sind alle American Express Partner. Verlost wird ein zweistündiges Personal-Shopping mit Styling-Expertin Luisa Rossi. Teilnahmeschluss ist der 30.6.2015. Der Gewinner wird durch das Los ermittelt und benachrichtigt. Keine Barauszahlung, keine Korrespondenz über die Verlosung, Rechtsweg ausgeschlossen.

Hemd

«Weiss ist Trumpf»

Nichts geht über ein blütenweisses Hemd. Fürs Geschäft wählt man den klassischen Haifisch-Kragen.

Veston

«Keine warmen Töne mit kühlen mixen»

Zur hellen Hose gehört ein heller Blazer aus Baumwolle oder leichter Cool Wool. Wichtig – keine warmen mit kühlen Tönen kombinieren.

Hose

«Im Geschäft und in der Freizeit»

Mit einer Chino-Hose kann man nichts falsch machen. Sie passt gut zum legeren Business-Look und genauso in der gepflegten Freizeit.

Schuhe

«Ein Stiefkind, das keines sein sollte»

Moccasins im Geschäftsalltag: eine mutige Variante, dem Sommer entgegen zu lächeln. Wichtig aber – Moccasins immer ohne Socken tragen!

Bilder: Marcel Gonzales-Ortiz
Sie: Blazer, Shirt, Hose, alles **Maison Scotch**, Pumps, **Pura Lopez**, Schmuck, **Pink Sand**. Er: Gilet, Veston, Chino, Hemd, Kravatte, Gürtel, Schuhe, alles **Paul Kehl**. Erhältlich bei PKZ WOMEN oder PKZ MEN. Informationen zu Personal-Shopping bei PKZ unter www.pkz.ch/personalshopping

American Express Selects: Präsenz, Profilierung, Verkaufsförderung – das sind die Schlagworte, die bei der Entwicklung der neuen American Express Selects Plattform Pate gestanden sind. Die Aufschaltung ist auf Mitte Juni geplant.

Die komplett neue American Express Selects Plattform

Die Märkte sind gross, die Kunden verwöhnt, das Angebot riesig. Deshalb ist es besonders wichtig, Ihr Geschäft und Ihr Angebot unseren Mitgliedern zu präsentieren, kurz: das Potenzial zu nutzen, aus neuen Kunden gute Kunden zu machen – vielleicht sogar Stammkunden. Menschen, die gerne immer und immer wieder bei Ihnen vorbeischauen, kaufen und konsumieren.

Kurzfristig punkten
Die neue American Express Selects Plattform setzt nachwievor auf attraktive Spezialangebote, aufgeführt unter den Rubriken «Hotels», «Restaurants», «Shopping» und «Diets & Das». Zusätzlich werden vermehrt «Specials» zu spezifischen Themen inszeniert, beispielsweise zu «Fashion Herbst/Winter 2015», oder zu «Winterferien in der Schweiz», oder zu «Bars und Clubs in Zürich und Genf». Ihr Spezialangebot wird auch dort im Mittelpunkt stehen, flankiert von redaktionellen Artikeln und Verlosungen für die Mitglieder.

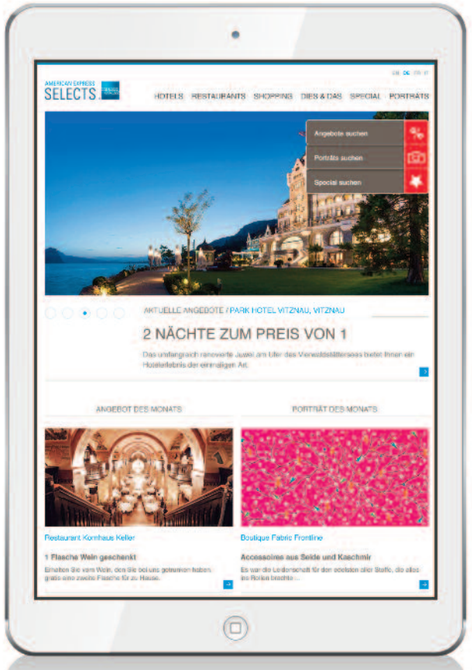
Langfristig überzeugen
Neu erhalten Sie die Gelegenheit, sich mit einem Porträt ins vorteilhafte Licht zu rücken. Ganz unabhängig von einem Spezialangebot und ebenfalls für Sie völlig kostenlos. Denn, wir möchten Ihnen die Chance bieten, Flagge zu zeigen und Ihr Unternehmen unseren Mitgliedern auf kurze und sympathische Art und Weise vorzustellen. Wenn Sie sich zusätzlich für ein Spezialangebot entscheiden, wird dieses selbstverständlich automatisch mit Ihrem Porträtbeitrag verlinkt. Und, noch mehr Werbung für Sie: Neu können Displays auf den einzelnen Übersichtsseiten der Rubriken geschalten werden; Ihr Banner wird das Mitglied direkt zu Ihrer Homepage führen. Auch dieser zeitlich befristete Mediaeinsatz wird Sie keinen Franken kosten.

AMERICAN EXPRESS

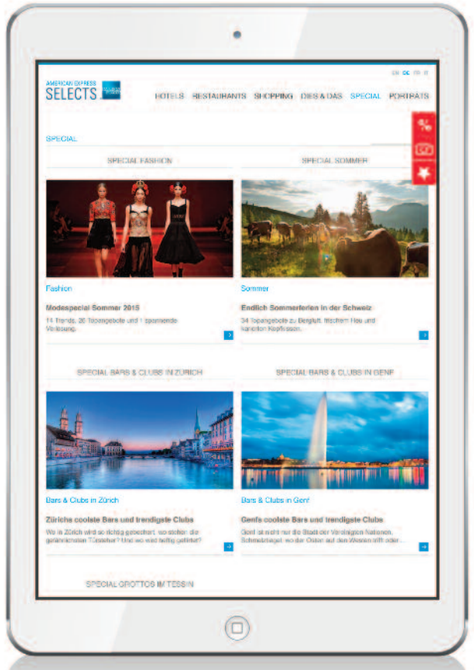
SELECTS

Senden Sie Ihr Spezialangebot und Ihr Porträt (Text- und Bildbeitrag) unkompliziert via E-Mail an info.partner@swisscard.ch. Die passenden Checklisten (welche Informationen, welche Textmenge, welche Bildgrössen usw.) finden Sie auf unserem Partnerportal www.americanexpress.ch/partneronline unter der Rubrik «Services» im Downloadcorner.

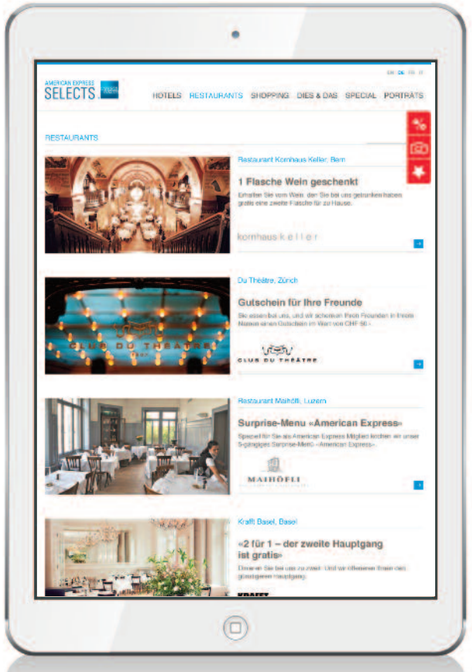
Von Anfang an mit dabei sein
Freuen Sie sich mit uns auf diese neuen, attraktiven Einsatzmöglichkeiten. Als Aufschaltdatum der Plattform ist Mitte Juni geplant. Am besten sind Sie mit Ihrem Geschäft bei der Premiere mit dabei. Wir sind überzeugt, dass wir mit dem neuen Format für Sie und unsere Mitglieder einen zukunftsweisenden, lohnenden Mehrwert schaffen können.



Home: Einstiegsseite mit Anrissen zu Angeboten, Porträts und Specials



Special: Übersichtsseite mit Anrissen zu aktuellen Specials wie beispielsweise Fashion oder Sommerferien



Restaurants: Übersichtsseite mit Anrissen zu aktuellen Angeboten

Porträts: Detailseite mit Partnerporträt; hier kann zum passenden Angebot gelinkt werden

American Express Logo als Türkleber am Geschäftseingang: Zwei Drittel der American Express Karteninhaber achten darauf, ob ein Geschäft ihre Karten akzeptiert.

Flagge zeigen: American Express Mitglieder geben pro Einkauf mehr Geld als Inhaber anderer Karten aus

Wer sich eingeladen fühlt, kauft auch gerne

Manchmal sind es die einfachsten Dinge, die den entscheidenden Unterschied ausmachen. Wir kennen Partner, für die ist es selbstverständlich, dass in ihrem Geschäft mit der American Express Karte bezahlt werden kann. So selbstverständlich, dass sie nicht einmal darauf hinweisen, weder mit einem American Express Türkleber im Eingangsbereich, noch mit einem American Express Kleber im Kassabereich.

Mitglieder fühlen sich verbunden

Aber aufgepasst: Viele unserer Karteninhaber achten bei einem Geschäft genau darauf, ob mit einer American Express Karte bezahlt werden kann. Fehlt der American Express Kleber an der Eingangstür, ist die Gefahr gross, dass man einfach vorbei geht und woanders einkauft oder konsumiert. Das gilt für Schweizer genauso wie für ausländische Kunden.

AMERICAN EXPRESS

TÜRKLEBER

American Express Türkleber können auf unserem Partnerportal www.americanexpress.ch/partneronline unter «Tools» und «Werbematerial» gratis bestellt werden.

Kleiner Aufwand, grosse Wirkung

Deshalb unser Rat: Platzieren Sie den American Express Kleber prominent und gut sichtbar für alle und jeden. Sie stellen damit sicher, dass Sie von zusätzlichen American Express Mitgliedern besucht werden. Und das lohnt sich: Studien beweisen nämlich, dass unsere Mitglieder pro Einkauf mehr Geld ausgeben als Inhaber anderer Karten.

Foto: Michael Sieber

Attraktive Angebote: heute speziell ausgewählt für unsere Partner.

Mixed Pickles

RINGIER AG

FOTOSHOOTING

Zeigen Sie Flagge. Mit guten Bildern.
Ein Profifotograf des Ringierverlags kommt zu Ihnen und fotografiert Ihr Restaurant, Ihr Hotel, Ihre Boutique nach Ihren Wünschen und Bedürfnissen. Zu absoluten Spezialkonditionen. Das Angebot für American Express Partner: Package «Personal» mit 5 Aufnahmen zu CHF 1 200.-, Package «Gold» mit 10 Aufnahmen zu CHF 1 800.- und Package «Platinum» mit 20 Aufnahmen zum Partner-Sonderpreis von CHF 2 400.-. Zwecks Vereinbarung sämtlicher Details kann direkt mit Peter Clerici von den Ringier Redaktionsservices Kontakt aufgenommen werden: telefonisch via Festnetz 044 259 68 88 oder via Mobile 079 671 68 60. Oder via E-Mail peter.clerici@ringier.ch

TRANSLATION-PROBST AG

ÜBERSETZUNGEN

Zeigen Sie Flagge.
Mit guten Übersetzungen, die bei Ihren Kunden oder Gästen ankommen.
Das Angebot der Translation-Probst AG für American Express Partner:
Gutschein im Wert von CHF 160.-, einlösbar für Übersetzungen, deren Aufträge via www.translation-probst.com/preisrechner erteilt werden und mit dem Aktionscode «American Express» versehen sind.
Das Angebot ist bis 31.12.2015 gültig.
Übrigens: Die Translations-Probst AG ist das einzige Übersetzungsbüro in der Schweiz, das mit dem KTI-Label der Innovationsförderung des Bundes ausgezeichnet worden ist.
www.translation-probst.com

SCHWOB AG

BERUFSBEKLEIDUNG

Besitzen Sie ein Hotel oder ein Restaurant? Dann können Sie und Ihre Mitarbeitenden jetzt Flagge zeigen. Mit trendigen und dennoch funktionellen, qualitativ hochwertigen und langlebigen Teilen aus der Kleiderkollektion von «Le Nouveau Chef». Speziell für die Anforderungen von Küche und Service entworfen und exklusiv von der Schwob AG bei uns in der Schweiz vertrieben. Das Angebot für American Express Partner: 10% Rabatt auf die gesamte Kollektion von «Le Nouveau Chef». Bestellungen mit Aktionscode «BLUEWAVE» nimmt die Schwob AG telefonisch unter der Telefonnummer 034 428 11 11 oder via E-Mail contact@schwob.ch entgegen. Das Angebot ist gültig bis 31.12.2015. www.schwob.ch

ZEIGEN SIE FLAGGE: MIT IHRER RECHNUNG IM GEPFLEGTEN OUTFIT.

Bestellen Sie jetzt gratis unsere American Express Rechnungsmappen für Restaurants* und gestalten Sie diese passend mit Ihrem Logo. Bestellen Sie die Restaurantmappen via E-Mail an **info.partner@swisscard.ch** Übermitteln Sie uns Ihr Logo und teilen Sie uns die gewünschte Anzahl Rechnungsmappen mit.

* nur solange Vorrat