Warszawa, 30 lipca 2019 roku

**Sodexo i Galmet razem dla instalatorów**

**Galmet, największy polski producent techniki grzewczej, powierzył Sodexo Benefits and Rewards Services Polska realizację programu partnerskiego dla instalatorów Hot Points Club.**

Programy lojalnościowe, w tym Hot Points Club, szkolenia handlowe i techniczne stanowią ważny element wieloletniej współpracy firmy Galmet z najlepszymi instalatorami branży grzewczej.
W tegorocznej edycji programu wszyscy jego uczestnicy mają szansę otrzymania atrakcyjnych nagród, wybierając z puli niemal 3000 różnego rodzaju produktów, wśród których znalazły się m.in.: nowoczesny sprzęt RTV i AGD, galanteria skórzana, biżuteria, perfumy, narzędzia czy zabawki. Dodatkowo każdy
z nich może dokonać zasilenia kart przedpłaconych lub odebrać kupony Sodexo.

*W tym roku program partnerski w nowej formule Hot Points Club organizujemy już po raz drugi. Ubiegłoroczna edycja była papierkiem lakmusowym, który pokazał, jakie jego elementy wymagają zmiany i udoskonalenia na drodze do sukcesu. Sodexo wsparło nas w realizacji tego programu już na etapie opracowywania koncepcji. Otrzymaliśmy pomoc w przygotowaniu regulaminów, dedykowanego portalu, bardzo szeroki wachlarz nagród oraz odpowiednie narzędzia do komunikacji, które pozwalają bardziej angażować jego uczestników. Do nawiązania współpracy z partnerem zewnętrznym przekonała nas także istotnie mniejsza potrzeba angażowania do obsługi programu naszych pracowników oraz znaczne przyspieszenie rozliczania zadań. Dostaliśmy od Sodexo uniwersalne narzędzie dedykowane zarówno dla firm, jak i osób fizycznych, które spełniło nasze oczekiwania* – powiedział **Mirosław Lewicki, kierownik działu marketingu firmy Galmet.** *Z uwagi na* *model sprzedaży urządzeń firmy Galmet opierający się na pośrednich kanałach dystrybucji nasze bezpośrednie dotarcie do instalatora jest ograniczone. Dzięki programowi lojalnościowemu możemy oprócz standardowych działań np. szkoleń oferować instalatorowi dodatkowe bonusy np. kierowane bezpośrednio do niego promocje i tym samym budować z naszymi kontrahentami pozytywne relacje. Konkurencja na rynku jest duża, więc jeśli klient nie otrzyma wymiernych, w jego odczuciu korzyści przy zakupie, będzie kierował się wyłącznie ceną. Wierzymy, że połączenie sił ze sprawdzonym na rynku partnerem jakim jest Sodexo, zaowocuje zadowoleniem klientów, a tym samym przełoży się na wzrost sprzedaży naszych produktów –* dodał **Mirosław Lewicki.**

Głównym celem programu Hot Points Club jest wzmocnienie relacji firmy Galmet z klientami. Dzięki temu producent może promować wybrany asortyment, także wówczas, gdy przy sprzedaży pośredniej nie ma on wpływu na ostateczną cenę produktu.

*Uczestnicy programu lojalnościowego są aktywni zazwyczaj wtedy, gdy mają pewność, że ich wysiłek zostanie odpowiednio doceniony, dlatego różnorodność oraz dopasowanie oferowanych nagród pełnią tu kluczową rolę. Angażując zewnętrznego partnera w przygotowanie programu, firma dostaje też gwarancje optymalizacji kosztów przedsięwzięcia. Skorzystanie ze sprawdzonych, gotowych rozwiązań jest bowiem tańsze, szybsze i bardziej efektywne finansowo niż tworzenie ich od początku. Liczymy, że doświadczenie, wiedza o potrzebach uczestników oraz wsparcie podatkowo-prawne zewnętrznych doradców, jakie posiada Sodexo w obszarze organizacji programów lojalnościowych, przyniesie firmie Galmet wymierne korzyści* – powiedziała **Justyna Klimuk Incentive & Recognition Product Portfolio Manager w Sodexo Benefits and Rewards Services Polska.**

Do udziału w programie Hot Points Club wystarczy złożenie deklaracji oraz rejestracja drogą internetową urządzeń Galmet, które zostały zainstalowane. Do każdego produktu przypisana jest odpowiednia liczba punktów – Hot Pointów, które potem instalator może wymienić na dowolny prezent.

**Kontakt**:

Marta Zagożdżon, tel. +48 605 073 929, e-mail: m.zagozdzon@contrust.pl

**Sodexo Benefits and Rewards Services Polska**

Sodexo Benefits and Rewards Services jest liderem polskiego rynku świadczeń pozapłacowych, na którym działa od 20 lat,
a także ekspertem w zakresie programów motywacyjnych oraz zarządzania efektywnością. Doradza w obszarze tworzenia trwałych relacji pracodawcy z pracownikami oraz w zakresie budowania lojalności partnerów biznesowych i klientów. Wieloletnie doświadczenie firmy pokazuje, iż kompleksowe usługi motywacyjne pozytywnie wpływają na wydajność organizacji. Z oferty Sodexo Benefits and Rewards Services w Polsce skorzystało już 43 tysiące klientów i ponad 3,5 miliona użytkowników. Na polskim rynku firma Sodexo otrzymała m.in. tytuł Business Superbrands oraz nagrodę Złota Jakość Roku. W 2016 roku firma Aon Hewitt, światowy lider w doradztwie i rozwiązaniach outsourcingowych w obszarze zarządzania kapitałem ludzkim, po raz kolejny doceniła działania Sodexo Benefits and Rewards Services w Polsce, przyznając firmie certyfikat Aon Hewitt Best Employer™ na poziomie międzynarodowym i krajowym.

**Grupa Sodexo**

Grupa Sodexo, światowy lider w zakresie usług poprawiających Jakość Życia, od chwili założenia firmy przez Pierre’a Bellona w 1966 roku, jest strategicznym partnerem dla firm i instytucji, które kładą nacisk na efektywność, lojalność i dobre samopoczucie pracowników oraz partnerów biznesowych. Z wielką pasją 425 000 pracowników Sodexo w 80 krajach projektuje, zarządza i dostarcza kompleksowe usługi w zakresie obsługi nieruchomości (Sodexo On-site Services) oraz
w zakresie motywacji (Sodexo Benefits and Rewards Services), obsługując każdego dnia 75 milionów konsumentów na całym świecie.

|  |  |
| --- | --- |
| **Sodexo w liczbach** (dane za 2018 rok)**Grupa Sodexo na świecie** **20,4 miliardów** euro skonsolidowanego dochodu **460 000** pracowników**19. pozycja** na liście największych pracodawcówna świecie**72** kraje**100 milionów** konsumentów dziennie | **Sodexo On-site Services w Polsce**5 200 000 m2 obsługiwanej powierzchni2 250 obsługiwanych mniejszych jednostek2 200 zatrudnionych pracowników 400 Klientów 250 obsługiwanych nieruchomości70 restauracji**Sodexo Benefits and Rewards Services w Polsce**43 000 Klientów3 500 000 użytkowników naszych rozwiązań50 000 współpracujących punktów usługowo-handlowych  |