

Checkliste Gift Card

Damit Einzelhändler das Beste aus einem Geschenkkarten-Programm herausholen, müssen sie:

Relevante Punkte	Bemerkungen
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> ein breit gefächertes Mehrwert-Programm für Geschenkkarten und Einkaufskarten anbieten <input type="checkbox"/> im Laden kreativ für die Karte werben; <input type="checkbox"/> ihre Mitarbeiter zum proaktiven Verkauf der Karte motivieren; <input type="checkbox"/> auf ihrer Website eine prominente Position für die Karte kreieren (beispielsweise über eine auffällige Platzierung, eine Banner-Werbung oder ein gesponsertes Link); <input type="checkbox"/> im Laden Verkaufsstellen einrichten, die Konsumenten auf die Website hinweisen und sie mit dem Gedanken vertraut machen, online einzukaufen oder dafür die Geschenkkarte zu benutzen; <input type="checkbox"/> bei besonderen Geschenkanlässen mit anderen Marken eine Cross-Promotion-Strategie in die Wege leiten, um Kosten gemeinsam zu tragen und die Visibilität zu steigern; <input type="checkbox"/> die Online-Funktionalität ausbauen, damit ihre Kunden in der Lage sind: <ul style="list-style-type: none"> - die Karte als Geschenk zu kaufen und zu versenden; - online zu kaufen oder die Karte als Einkaufskarte zu registrieren; - den Kontostand zu prüfen; - mehr Geld auf die Karte zu überweisen; - Waren und Dienstleistungen online zu bezahlen. <input type="checkbox"/> berücksichtigen, wie eine Geschenkkarte die gesamte „Marken-Erfahrung“ für den Schenkenden ausbaut (ein „Dankeschön“, Bonuspunkte für eine Geschenkkarte, Erinnerungsschreiben über saisonale „limitierte“ Auflage-Karten); <input type="checkbox"/> auch den Geschenkkempfänger berücksichtigen (die Verpackung muss stimmen, Funktionalität und Vorzüge sind hervorzuheben, man sollte zur Registrierung auffordern und bei der Marke begrüßen, Bonuspunkte für Mehrkanalbenutzung offerieren). 	

Der Online-Geschenkmarkt wird immer grösser – wie viele Einzelhändler sind bereit, sich ihren Marktanteil zu sichern?