

## Gutschein/Kundenkarte

# Couponing - Wie Sie diesen Marketingtrend richtig einsetzen



Eine neue Form der Verkaufsförderung gewinnt seit dem Wegfall des Rabattgesetzes an Bedeutung und verzeichnet rasantes Wachstum: Couponing. Lesen Sie, welche Aspekte Sie bei Couponing-Aktionen unbedingt beachten sollten.

## Couponing: Rabattform ist am wichtigsten für den Erfolg

Die zentrale Frage für Sie ist, wie stark sich die Gestaltungsmöglichkeiten von Coupons auf die Einlösewahrscheinlichkeit auswirken - und damit eine Absatzförderung für Ihre Produkte.

**Interessant für Sie:** Von den ausgewählten Eigenschaften nimmt die Rabattform die höchste relative Wichtigkeit ein.

Vor allem die Ausprägung "25 % off", die dem Kunden direkt einen preislichen Vorteil gewährt, ist beim Couponing von erheblicher Bedeutung. Hierbei dominiert der "Schnäppchen-Effekt", also das Gefühl, ein gutes Geschäft gemacht und dabei Geld gespart zu haben.

Ein Grossteil der Konsumenten ist allerdings nicht bereit, für diesen Vorteil persönliche Daten preiszugeben. Damit bleibt die Wirkung auf reine Absatzsteigerung beschränkt; eine effiziente langfristige Kundenbindung anhand individualisierter Coupons kann nicht erreicht werden.

## Ergebnisse, die Sie beachten sollten

Unterschiedliche Formen des Couponing sind für Konsumenten weitgehend irrelevant.

Was den Vorteil bietet, dass die kostengünstige Verteilung über Massenmedien keinen negativen Einfluss auf den Erfolg einer Couponing-Aktion hat. Anzeigen oder Beilagen mit Coupon-Elementen in hochauflagen Zeitungen und Zeitschriften greifen immer.

Beim Couponing spielt die Marke eine eher untergeordnete Rolle. Im Vordergrund steht der Anreiz des gewährten Rabattes. Durch die Ausgabe des Gutscheins steigt zudem die Wechselbereitschaft. Somit können leichter neue Kunden gewonnen werden.

## Die wichtigsten Formen des Couponing:

- **Rabatt-Coupon (Cash-Coupon):** Rabatt-Coupons gewähren einen Preisnachlass auf ein Produkt oder Sortiment. Diese Coupon-Aktion ist mit Abstand die häufigste.
- **Warengutschein (Free Offer Coupons):** Diese Coupons beinhalten eine Zugabe als Anreiz für den Kunden. In diese Kategorie fallen auch die immer beliebter werdenden "Buy one - get one free" (BOGOF) oder "241" (Two for one).
- **Einkaufsgutscheine (Shopping Coupons):** Diese Coupon-Art ist produktabhängig, da dem Verbraucher beim nächsten Einkauf ein pauschaler Betrag von der Gesamteinkaufssumme abgezogen wird.
- **Treuecoupons:** Bei dieser Art des Couponing werden zwei Typen unterschieden:
  1. Beim ersten Typus ist auf dem Coupon ein Betrag in einer realen (Euro) oder virtuellen (Bonuspunkte, Meilen) Währung aufgedruckt.
  2. Beim zweiten Typus müssen zunächst mehrere Coupons vom Verbraucher gesammelt werden, bevor sie dann kumuliert gegen eine Rückvergütung eingelöst werden.