

Couponing

Kundenbindung per Geschenkgutschein

Gutschein versus Coupon

Bei Gutscheinen unterscheidet man zwischen **Waren-** und **Geschenkgutscheinen**: Warengutscheine resultieren in der Regel aus einem Umtausch oder einer Reklamation. Demgegenüber werden Geschenkgutscheine oft von einer dritten Person zum Zwecke des Verschenkens in Ihrem Fachgeschäft erworben. Coupons dagegen zählen nicht zur Kategorie Gutschein. Coupons werden in der Regel in hohen Mengen verteilt. Gegen Vorlage bei den teilnehmenden Geschäften erhält man dann einen Preisnachlass für ein angegebenes Produkt.

Gutscheine – Instrument der Absatzförderung

Gutscheine sind für den Fachhandel ein wichtiger Umsatz- und Ertragsbestandteil und damit ein wichtiges Mittel zur Absatzförderung. Ausserdem ist der Gutschein ein wesentliches Instrument zur Förderung der Kundenbindung.

Laut Schätzung entfallen zwischen zwei und fünf Prozent des Umsatzes im Fachhandel auf Gutscheine. Da der Fachhandel in Deutschland zur Zeit massiv unter dem starken Preisdruck durch Billiganbieter steht und damit verbunden mit Umsatz- und Ertragsproblemen kämpft, stellen Gutscheine hier eine wichtige Umsatz- und Ertragsquelle dar.

Gutscheine – Instrument zur Kundenbindung

Unter Kundenbindung versteht man die Kunst, aus gelegentlichen „Laufkunden“ treue „Stammkunden“ zu machen. Fünf grundsätzliche Erkenntnisse über Kundenbindung zeigen deren überaus wichtige Bedeutung:

1. Es ist sieben- bis neunmal billiger, einen Stammkunden zu halten, als einen neuen Kunden zu werben.
2. Der grösste Teil des Gewinns wird im Fachhandel über Stammkunden erwirtschaftet.
3. Jeder zufriedene Stammkunde wirbt zwischen drei und fünf weitere Stammkunden.
4. Stammkunden kaufen nicht nur häufiger, sondern auch bis zu 15 % mehr, was den Wert der Ware betrifft, als gelegentliche Kunden.
5. Bei Unstimmigkeiten bleiben dennoch ca. 95% der verärgerten Stammkunden dem Geschäft treu, wenn von Verkäuferseite aus schnell und richtig auf die Reklamation reagiert wurde.

In der Regel wird der Kunde, der einen Gutschein kauft, diesen weiter verschenken. Kauft er den Gutschein bei Ihnen, zeigt er Ihnen gleichzeitig, dass er von Ihrem Geschäft überzeugt ist, – denn schliesslich möchte er sich mit seinem Geschenk nicht blamieren. Auf der anderen Seite hat jeder Kunde, der einen Gutschein einlöst, ihn entweder geschenkt bekommen (Regel) oder im Rahmen einer Marketing- Aktion erhalten (Ausnahme).

Häufig sind die Kunden, die diesen Gutschein dann einlösen, zum ersten Mal in Ihrem Geschäft. Bieten Sie nun einen guten Service, kann dies der Beginn einer langjährigen Kundenbeziehung werden. Außerdem sind Gutschein- Kunden oft auch bereit, noch Zusatzkäufe zu tätigen, wenn Sie entsprechende Produkte empfehlen. Da sie aufgrund des Gutscheins noch nicht das Gefühl haben, bereits Geld ausgegeben zu haben, greifen sie auch eher zu hochwertigen Produkten.

Gutscheine und ihre Vorteile

Sowohl für den Handel als auch für den Kunden bieten Gutscheine handfeste Vorteile.

Vorteile für den Handel:

- Gutscheine erhöhen die Liquidität, da Umsatz ohne sofortige Gegenleistung erzielt wird.
- Evtl. komplizierte und zeitintensive Umtauschaktionen werden verhindert.
- Bereits ausgefüllte Gutscheine bieten die Möglichkeit, Mehrumsätze zu generieren.
- Kunden mit Gutschein bieten ein hohes Potenzial für Zusatzverkäufe.

Vorteile für den Kunden:

- Gutscheine ermöglichen eine hohe Flexibilität bei der Wahl der Geschenke.
 - Der Beschenkte kann sich das aussuchen, was er wirklich braucht.
 - Der beschenkte Kunde kann den Gutschein auch „abstottern“.
 - Gutschein-Kunden haben eine hohe Bereitschaft, auch über den Gutscheinwert hinaus einzukaufen.
- Den Vorteilen stehen aber auch wenige Nachteile auf der Verkäuferseite gegenüber:
- Das Ausstellen und Einlösen eines Gutscheins erfordert einen hohen Zeitaufwand.
 - Deren Handhabung an der Kasse ist komplizierter als z.B. eine Barzahlung.
 - Die Gefahr der Manipulation und des Betrugs ist auch beim Gutschein gegeben.

Die Geschenkkarte – der moderne Gutschein

Die Geschenkkarte ist die moderne, elektronische Variante des Papiergutscheins. Sie kommt ursprünglich aus den USA, wo sie bereits eine signifikante Bedeutung erreicht hat:

- 80 % aller Händler verkaufen dort Geschenkkarten.
- 92 % aller Konsumenten kennen Geschenkkarten.
- 45 % aller Konsumenten nutzen Geschenkkarten regelmässig.
- 52 % der Konsumenten verschenken mittlerweile lieber Geschenkkarten als Bargeld oder Gutscheine.

Die Einsatzmöglichkeiten von Geschenkkarten sind sehr vielfältig. Sie dienen

- als elektronischer Gutschein anstatt Papiergutschein mit definiertem Wert.
- als Gutschein für bestimmte Produkte (z.B. Nike Laufschuhe).
- als Gutschein für eine bestimmte Dienstleistung (z.B. Gratis Mountainbike-Frühjahrscheck).
- als Blanko-Geschenkkarte mit variablem Wert, der dann vom Kunden festgesetzt werden kann.
- als Ersatz für Bargeld in Form einer Zahlkarte für Kinder und Jugendliche – ähnlich der Prepaid-Karten beim Handy.

Neben den Einsatzmöglichkeiten, die bei elektronischen Geschenkkarten wesentlich umfangreicher als bei Papiergutscheinen sind, bieten diese auch mehr Vorteile, die gerade Ihnen als Verkäuferin oder Verkäufer zugute kommen:

1. Einfache Handhabung an der Kasse:

Der Verkauf der Geschenkkarte unterscheidet sich nicht vom Verkauf eines anderen Artikels. Deren Einlösung erfolgt durch Scannen bzw. Einlesen im Lesegerät.

2. Eine manuelle Nachbearbeitung entfällt:

Der Verkauf und die Einlösung wird automatisch im Warenwirtschaftssystem verbucht. Eine manuelle Nachbearbeitung ist nicht nötig.

3. Signifikante Umsatzsteigerungen von bis zu 30 %:

Die Erfahrungen der Unternehmen, die bereits mit Geschenkkarten arbeiten, zeigen, dass einerseits die Geschenkumsätze steigen, andererseits auch der Wert pro Geschenkkarte erheblich höher als bei Papiergutscheinen ist.

4. 100 % Kontrolle:

Durch die direkte Ankoppelung an das Warenwirtschaftssystem ist es jederzeit nachvollziehbar, wie viele Geschenkkarten mit welchem Wert sich im Umlauf befinden.

5. Kunden kommen öfter in das Geschäft:

Ca. 25 % aller Beschenkten benötigen zwei bis drei Einkäufe, um den Betrag auf der Geschenkkarte einzulösen, da diese oft höher als Papiergutscheine ausgestellt werden.

6. Geschenkkarten sind auch als Zahlkarte nutzbar.

7. Geschenkkarten sind sicherer als Papiergutscheine:

Mit handelsüblichen Farbkopierern lassen sich Papiergutscheine täuschend echt fotokopieren – ein echtes Sicherheitsrisiko!

8. Geschenkkarten können in allen denkbaren Formen umgesetzt werden:

Der Phantasie sind keine Grenzen gesetzt. So sind Geschenkkarten mit der Form eines Laufschuhs oder als Schlüsselanhänger denkbar.

Fazit: Kunden, die Gutscheine verlangen oder einlösen, bieten ein hohes Potenzial für den Fachhandel und sollten stets besonders zuvorkommend bedient werden!

Quelle

Andreas Rossmann, Loyalty Services Germany GmbH