

Tipp: Wie Sie mit Gutscheinen Ihren Shop-Umsatz steigern können

☒ Gerade jetzt, wo sich der Weihnachtstrubel und die damit verbundenen Umsatzsteigerungen wieder gelegt haben, bietet sich der gezielte Einsatz von Vergünstigungen und Zugaben zur Belebung an. Viele Shoplösungen bieten diese Möglichkeiten schon von Haus aus – oder eine Erweiterung um ein entsprechendes Modul ist möglich.

Aber welche Arten von Gutscheinen kommen gut an?

Vier Arten von Vergünstigungen werden häufig eingesetzt:

Dialog-Gutscheine zur Neukundengewinnung

Rabatt-Gutscheine für absolute („10 Euro“) oder relative („10 Prozent“) Preisnachlässe

Zugaben zu einer Bestellung („Gratis Teddy bei der Bestellung eines Babybetts“)

Treue-Gutscheine für Bestandskunden („10 Euro für Ihren nächsten Einkauf“)

Bewährte Ansatzpunkte für Gutscheine sind die Versandkosten („Sparen Sie die Versandkosten in Höhe von 6 Euro bei Eingabe des Gutscheincodes XYZ“), die Neukundenakquise („5 Prozent Neukundenrabatt bei Eingabe des Gutscheincodes 123“) und das Zurückholen ehemaliger Käufer.

Neukunden und Kundenbindung gleichzeitig

Gerade die Neukundengewinnung wird bei der wachsenden Konkurrenz im Internet immer wichtiger. Sehr beliebt sind daher Gutscheine, die ein bestehender, zufriedener Kunde für eine Neukundenwerbung im Bekanntenkreis erhält. Als überzeugendes Argument gibt Ihr Kunde dem potenziellen Neukunden ebenfalls einen Gutschein für den ersten Einkauf. Sie schlagen also direkt zwei Fliegen mit einer Klappe: Sie gewinnen einen Neukunden und Ihr Bestandskunde hat durch seinen Gutschein eine Motivation für seinen nächsten Einkauf. Im besten Falle werden Ihre Bestandskunden so zu Ihren besten Vertriebsleuten, denn eine direkte Empfehlung eines zufriedenen Kunden ist immer noch die erfolgreichste Möglichkeit der Neukundengewinnung. Gutscheine sind hier eine gute Motivation, sich für Ihren Shop ins Zeug zu legen.

Steigerung des Warenkorbs oder der Frequenz

Durch die geschickte Wahl der Gutscheinbedingungen können Sie verschiedene Ziele erreichen: Zur Steigerung des Warenkorb-Wertes setzen Sie einen Mindestbestellwert an. Aber Achtung: Dieser Wert sollte in einem gesunden Verhältnis zu dem Durchschnittspreis Ihrer Waren und dem Gutscheinwert liegen. Zur Steigerung der Einkaufsfrequenz legen Sie den Gutschein erst einer Bestellung oder Lieferung bei, um den Käufer zu einem erneuten Einkauf zu bewegen.

Ein weiterer Vorteil: Wenn Sie wechselnde Aktionsgutscheine nutzen, können Sie leicht den Erfolg eines E-Mailings oder einer Print-Anzeige messen. Zum Testen und Optimieren von Aktionen ein ideales Instrument.

Aber Achtung...

Wichtig ist wie immer bei Aktionen neben der zeitlichen Limitierung (**Achtung: neues Urteil**) eine klare Angabe der Bedingungen wie Mindestbestellwert, Kategoriebeschränkung etc. Dies sollte so deutlich sein, dass Frustrationen beim Einlösen vermieden werden. Nichts ist schlimmer für den Besucher Ihres Shops, als das Gefühl zu bekommen, einer unseriösen Aktion auf den Leim gegangen zu sein...

Übrigens: Dieser Beitrag ist auch von der Internet World Business veröffentlicht worden. Ich schreibe alle zwei Wochen einen Shoptipp für diese Publikation als Gast-Autor.