

Couponing: Verbraucher lieben es gedruckt

✖ Gutscheine sind der Evergreens unter den VKF-Maßnahmen. Seit 1887 werden sie erfolgreich in der Neukundengewinnung, der Reaktivierung und Incentivierung eingesetzt. In eine Umfrage hat AffiliPrint untersuchen lassen, auf welchem Trägermedium Verbraucher sie am liebsten erhalten.

Es siegt die gute alte Paketbeilage.

85 Prozent der Deutschen nutzen am liebsten Gutscheine in gedruckter Form als Paket- oder Postbeilage. Gutscheine per E-Mail stehen in der Gunst der Verbraucher auf Platz 2 (81 Prozent) gefolgt von digitalen Gutscheinen, als Zugabe direkt nach dem Kauf (77 Prozent). Das ergab die Studie Gutscheinbarometer 2013, die im Auftrag der Performance-Marketing-Agentur AffiliPrint unter mehr als 1.000 Teilnehmern durchgeführt wurde.

Mobile Couponing ist nach Ausweis der Studie allerdings noch nicht bei den Verbrauchern angekommen. Gutscheine mit QR-Code, die über mobile Endgeräte genutzt werden können, werden nur von etwa jedem dritten Befragten als "nützlich" bewertet.



Warum Gutscheine nicht eingelöst werden

Viele Shopbetreiber setzen große Erwartungen in eine Gutschein-Kampagne und wundern sich, warum die Konversion dieser Aktion in den Keller geht. Denn oftmals entwerten die Händler durch Einschränkungen die Wertigkeit ihrer eigenen Gutscheine. Hier die Top 6 Gründe, warum Gutscheine nicht eingelöst werden.



Aus den Ergebnissen dieses GutscheinBarometers hat AffiliPrint abgeleitet, wie der ideale Gutschein im Jahr 2013 aussieht. Der ideale Gutschein 2013

ist eine Paketbeilage

bietet eine Ersparnis von prozentual oder umgerechnet absolut mindestens 25 Prozent

ist gültig für Neu- und Bestandskunden

hat einen angemessenen, nicht überhöhten Mindestbestellwert

hat eine Gutscheinlaufzeit von drei bis sechs Monaten