

Coupon-Tipps

1. Angebotsarten

Die Coupons können vor oder nach dem Kauf ausgegeben werden. Durch ihren Einsatz können Abverkaufszahlen in einem Zeitraum erhöht oder Produkteinführungen unterstützt werden. Coupons eignen sich auch für Cross-Promotions (Förderung von Zusatzverkäufen): Dabei sollen Kunden für weitere Behandlungen oder Produkte insbesondere aus bisher nicht gebuchten Bereichen begeistert werden. Beispiel: Die Kundin, die bisher nur zur Maniküre kam, erhält zusätzlich einen Coupon für eine Pediküre. Auch beim Up-Selling können Coupons dienlich sein: Dabei wird dem Kunden statt der günstigeren Variante im nächsten Schritt eine hochwertigere Produkt zum Kauf angeboten. Ein Beispiel: Eine Kundin wird mit Hilfe eines Coupons dazu bewogen, statt der normalen Maniküre eine NailArt zu buchen. Coupon-Aktionen können zu Testkäufen bewegen, die Kunden zu einem Produkt- oder Institutswechsel animieren und die Kundenbindung erhöhen. Gleichzeitig lässt sich die Zahl der Kaufinteressenten und somit auch die Kaufquote in Ihrem Studio erhöhen.

2. Die Umsätze steigern

Eine erfolgreiche Coupon-Aktion stützt sich auf folgende Erfolgspfeiler:

- Auswahl der Dienstleistungen, z.B. Auffüllbehandlung „3 für 2“
- Auswahl von Zugaben, z.B. die Pediküre zur Maniküre
- Nennung des Rabatt-Wertes, damit der Kunde seinen Vorteil klar erkennt
- Gültigkeitsdatum des Coupons, d.h. den Aktionszeitraum eingrenzen
- Coupon-Medien auswählen, d.h. ob die Coupons, über Zeitungen, durch persönliches Überreichen, Auslage in auserwählten Geschäften oder Mailing verbreitet werden
- Auflage der Coupons festlegen, d.h., bestimmen, ob es 2.000, 5.000 oder 10.000 sein sollen und überlegen, Preisauskünfte bei verschiedenen Druckereien einholen und bestimmen, wie diese verteilt werden– Zielsetzung festlegen, d.h. definieren, wie hoch die Einlöserate sein soll bzw. wie viele eingelöste Coupons das Studio „verkräften“ kann. Entsprechend attraktiv das Angebot gestalten
- Firmenlogo, Adresse und Internet nicht vergessen, damit die Kunden wissen, wo der Coupon eingelöst werden kann

3. Vorteile von Coupons

Was kann Ihr Studio von der Durchführung einer Coupon-Aktion erwarten?

- Steigerung der Kundenbindung,
- Abverkauf von Produkten,
- Forcierung bestimmter Behandlungen,
- Neukundengewinnung,
- Kaufkraftherhöhung und Steigerung des Kaufanreizes sowie
- Umsatzerhöhung (kurzfristig) durch Verkaufsförderung.

Coupons sind verpackte Rabattmarken. Wer einen hat und einlöst, spart bares Geld. Außerdem sind sie ein sehr effizientes Mittel, um den Verkauf zu steigern und die Kundin langfristig zu binden. Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten werden Rabatte bei der Kundschaft besonders gern gesehen. Und als Unternehmerin können Sie dadurch das Studio kurzfristig beleben und somit auch magere Monate umgehen. Mit Hilfe von Coupons können natürlich auch neue Dienstleistungen oder neue Produkte eingeführt und beworben werden.

4. Die Erfolgskontrolle

Sind beispielsweise von 10.000 verteilten Coupons 300 Coupons eingelöst worden, so lag die Rücklaufquote bei $300 : 10.000 \times 100 = 3 \%$.

Nach der Aktion sollte man sich u.a. folgende Fragen stellen:

- War die Aktion für mich ein Erfolg?
- Hätte ich etwas besser/anders machen können?
- Lohnt es sich, diese Aktion zu wiederholen?
- Soll diese Coupon-Aktion in meinen Marketingaktivitäten fest eingeplant werden?