

# Ing. Schönberg Christian

## Softwareentwicklung

Einzelpreis: kostenlos



Ing. SCHÖNBERG Christian \*  
Softwareentwicklung

Schallermühle 6/5,

A-4844 Regau

christian@schoenberg.co.at

\*) Einzelunternehmen  
SCHÖNBERG gegründet 2002  
© 2002 – 2014

[Impressum hier klicken](#)



Ing. Schönberg Christian

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

## Couponing:

### Allgemeines:

Couponing zählt zu den Kommunikationsinstrumenten im Rahmen eines **Marketingplans**. Dabei wird der Grundgedanke der **Rabattmarken** genutzt. Im Wesentlichen gewährt der **Herausgeber** der Coupons einer bestimmten **Personengruppe** gegen Vorlage einen **Rabatt** auf das entsprechende Produkt bzw. die Dienstleistung oder eine Zugabe.



### Die Abwicklung:

Dabei gibt es einerseits den **Hersteller** und dann den **Händler**. Wird vom Hersteller ein Rabatt gewährt, erhält der **Händler** den **Gutscheinwert** vom Hersteller zurückerstattet. Die Abrechnung zwischen den Händlern und dem Hersteller wird **Coupon-Clearing** genannt und oftmals von einer dritten Instanz dem sogenannten **Clearinghaus** durchgeführt. Aber auch der Händler kann Coupons anbieten. Ist zum Beispiel im **Onlinemarketing** der Hersteller gleichzeitig auch der Händler, so entfällt das Coupon-Clearing. Couponing ist eine Strategie, die den **Abverkauf** von Produkten **forcieren** soll.

### Die Phasen:

Es gibt dabei im wesentlichen **fünf Phasen**:

- **Konzeption:** die diesbezüglichen Marketingmaßnahmen werden geplant, sowie evtl. das Design der Coupons festgelegt, usw.
- **Produktion:** Coupons oder Gutscheine werden gedruckt
- **Distribution:** der Vertrieb bzw. das Verteilen der Coupons
- **Einlösung:** der Kunde löste den Coupon ein
- **Clearing:** die Abrechnung zwischen dem Händler und dem Hersteller

### die Coupon-Arten:

- **Rabatt-Coupon:** dabei erhält der Kunde eine Preisnachlass auf das Produkt oder die Dienstleistung. Es gibt diesbezüglich auch noch einen Bundling-Coupon (der Kunde erhält kostenlos eine Zugabe)
- **Info-Coupon:** hierbei erhält der Kunde einen Gutschein für den Erhalt von Informationen
- **Treue-Coupon:** damit wird eine Kundenbeziehung belohnt, entweder in Form einer virtuellen Währung (z.B. Punkte, ..) oder Bargeld. Oftmals ist bezüglich Treue-Coupon ein Mindestumsatz notwendig.

Ing. Schönberg Christian

Weitere tolle und kostenlose  
Softwaretools unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

## Ausgabe der Coupons

- **Online Couponing:** dies ist ein Gutscheincode, der bei einer Bestellung über einen Online Shop eingelöst werden kann. Dies soll oftmals die Online-Bestellung forcieren, da diese zumeist für den Händler mit geringeren Kosten verbunden ist.

- **Mobile-Couponing:** dabei können Coupons über das Handy bzw. Smartphone abgerufen werden, entweder mittels SMS/MMS (Push-Verfahren) oder mit Hilfe von Location Based Services-Application (Pull-Verfahren).

- **Check-out-Couponing:** hierbei werden individuelle Coupons angeboten

## Die Ausarbeitung

### die durchschnittlichen Einlösequoten (laut Studien):

- **Coupons in Zeitschriftenanzeigen** (Ziel Neukundengewinnung, Abverkaufsförderung): 0,2% bis 2%

- **Coupons in Handzettelwerbung** (Ziel Neukundengewinnung, Abverkaufsförderung, Impulsverkäufe): 0,1% bis 0,5%

- **Coupon-Heft** (Ziel Neukundengewinnung, Abverkaufsförderung, Impulsverkäufe): 0,5% bis 4%

- **Coupon-Ausgabe durch Promotion-Teams** (Ziel Abverkaufsförderung, Impuls- und Testkäufe): 1% bis 10%

- **POS-Couponing, Ausgabe beim Bezahlvorgang** (Ziel Abverkaufsförderung, Kundenbindung, Cross- und Upselling): 1% bis 25%

### Ausgabe der Coupons:

Die Ausgabe kann entweder in **Anzeigen**, durch Mailing, **Prospekt/Beilagen**, **Handzettel**, **Postwurfsendung**, Couponkatalog, Telefon, Internet (auf Webseiten), POS (Ausgabe beim Bezahlvorgang), **Coupon-Portale** oder durch Newsletter erfolgen.

### die Ausarbeitung beim Couponing:

- **Berechtigungs-nachweis:** kann der Gutschein (Zeitungsausschnitt, ..), SMS mit Gutscheincode, eGutschein, eCoupon (Email), Kassenbon, usw. sein

- **Akzeptanzstelle(n):** entweder Internet-Shop, POS oder festgelegte Vertriebspartner

- **Zeitraum (Gültigkeit des Coupons):** bis zum xx, vom xx bis yy, Ab xx, nach einem Einkauf, ..

- **die Vorteile für den Kunden:** Preisvorteil, Erwerb von virtuellen Währung (z.B. Bonuspunkte), Bargeld, Mengenvorteil, Zugabe von Produkten, Informationen (z.B. hochwertige Broschüren), usw.

### die möglichen Ziele von Couponing:

- Kauf eines bestimmten Produktes
- Kauf über einen definierten Vertriebskanal (z.B. Online-Shop)
- Kauf einer größeren Menge
- Kauf innerhalb eines bestimmten Zeitraumes
- Probenutzung eines neuen Produktes
- Bereitstellung von Informationen
- Marktdurchdringung

## Mögliche Ziele

Ing. Schönberg Christian

Weitere tolle und kostenlose Softwaretools unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

Weitere tolle und kostenlose Softwaretools und Ebooks unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

