

KONZEPT

Couponing am Check out in über 1.600 Märkten

Das Check-out Couponing ermöglicht eine individuelle, gezielte Coupon-Ausgabe am Kassensystem. Hierbei wird der Coupon in Abhängigkeit vom Kaufverhalten eines Konsumenten an das Ende des Kassensbons gedruckt. Bis heute haben sich zahlreiche Handelsunternehmen mit insgesamt über 1600 Filialen für das System entschieden. Handelsexperten schätzen den integrierten Ansatz, da das System sehr kostengünstig und ohne zusätzliche Hardware betrieben werden kann.

Individuelle Einladung zum nächsten Kauf

Die Kasse analysiert den Kassensbon des Kunden und druckt darauf abgestimmte Coupons an das Ende des Kassensbons. Die Coupons können dann beim nächsten Einkauf im gleichen Markt eingelöst werden. Folgende Beispiele können verfolgt werden:

VORTEILE DES KONZEPTS

- Konsumentenansprache ohne Streuverluste
- günstiger Tausender Kontaktpreis (TKP)
- zielgerichtet Kaufanreize setzen
- kurzfristig buchbar
- Händler und Filialen einzeln belegbar
- Aktion auch bei geringer Distribution möglich
- Exklusivität in der Warengruppe

BEISPIELE FÜR AUSGABEREGELN

- Kauf eines speziellen Artikels
- Kauf einer bestimmten Dachmarke
- Kauf eines Artikels einer Warengruppe
- Nichtkauf von o.g. Punkten
- Gesamtsumme des Kassensbons
- Anzahl der Artikel im Bon

MARKETINGZIELE

- Cross-/Upselling
- Neukundengewinnung
- Kundenbindung
- Marktanteilssteigerung
- Unterstützung der Produktneueinführung



ABVERKAUFSEFFEKTE

Warengruppe	Abverkaufssteigerung
Speiseeis	60%
Wein	101%
TKK	11%
Kaffee	36%
Mopro	13%

Die Abverkaufssteigerungen wurden im 3-monatigen Aktionszeitraum erzielt.

EINLÖSEQUOTEN

Marketingziel	Einlösequote bis
Cross Selling	7,0%
Marktanteilssteigerung	10,5%
Kundenbindung	16,0%
Neukundengewinnung	3,0%
Loading	9,5%

Je nach Marke und WG sind die Werte sehr unterschiedlich. Entscheidend für die Einlösequote sind insbesondere die Kaufhäufigkeit des Produkts und die Stärke der Marke.

HANDELSPARTNER

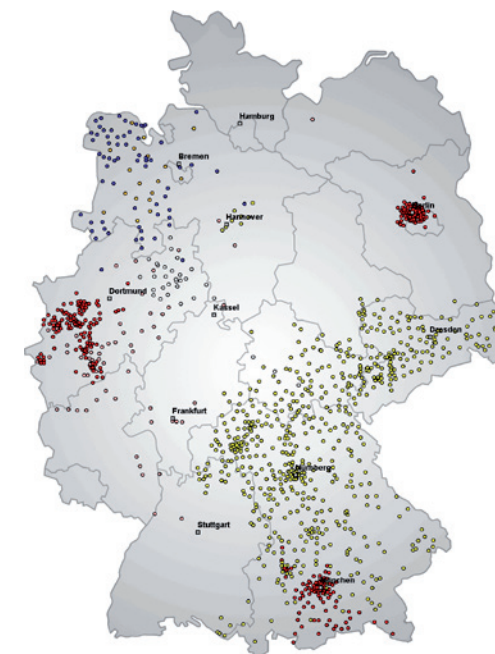
Gruppe	Handelspartner	Märkte*	Kundenkontakte**
DOHLE	HIT	89	7,9
EDEKA und EDEKA-Partner	EDEKA Südbayern	177	8,2
	Marktkauf Südbayern	11	1,0
	EDEKA Nordbayern	535	15,0
	Marktkauf Nordbayern	23	2,0
	Minipreis	34	1,1
	Diska	129	3,5
Tengelmann	Kaiser's Tengelmann	523	17,0
Markant	Combi	71	3,6
	famila	20	1,6
Pilotmärkte	EDEKA Minden	2	0,1
Gesamt		1.614	61,0

*Stand Dezember 2011. Änderungen vorbehalten.

**Millionen Kundenkontakte pro Monat, geschätzt auf Basis von Handel Aktuell.

KOSTEN

Verteilte Coupons (Beispiel-Annahme)	1.000.000 Stk.
Einrichtungspauschale	1.500 €
Coupon-Verteilung (TKP 25 €)	25.000 €
Summe	26.500 €



- Combi
- EDEKA/Marktkauf
- famila
- Minipreis
- HIT
- KTAG

