



## **Mobile Marketing begeistert die Werbebranche**

### **Neue Entwicklungen treiben Mobile Couponing in Deutschland voran**

Das Marketing in Deutschland befindet sich in einem tiefgreifenden Veränderungsprozess: Mobile Marketing und Mobile Advertising wachsen, während klassische Werbung an Volumen verliert. Dieser Wandel hat mehrere Gründe:

- Die Wirksamkeit klassischer Werbeanzeigen in Magazinen oder TV nimmt bei den jüngeren Zielgruppen weiter ab. Blogs, Foren und soziale Netzwerke wie twitter und facebook treten als Entscheidungshilfe beim Kauf an deren Stelle. Diese Kommunikation läuft mehr und mehr mobil ab, also über das Handy.
- Beschleunigt wird diese Entwicklung durch trendige Geräte wie das Apple iPhone, HTC Hero oder das Nokia X6, mit denen die Nutzung des Internets und anderer Dienste durch Touchscreen, Kartenansicht, Location-Based Services und den kleinen Hilfsprogrammen – Apps genannt – deutlich erleichtert wird. Die Kosten dafür werden durch Datenflatrates im Zaum gehalten.
- Hinzu kommt, dass diese Art von Marketing viel besser zu steuern und auszuwerten ist – der Werbetreibende weiß genau, welche Zielgruppe wann und wo welche Werbung auf seinem Mobiltelefon erhält. Dies bietet die Grundlage für neue, erfolgsabhängige Marketingmaßnahmen, das sogenannte Performance-Based-Marketing.

Deutschland folgt damit wie so oft einem Trend, der in den USA längst zum Alltag gehört. Dort werden laut einer Studie von Juniper Research jährlich über 300 Milliarden Coupons verteilt, davon ein wachsender Anteil mobil. In Deutschland verbreitet sich die Sparmentalität immer weiter, und Sparen mit Rabatt-Coupons trifft den Nerv der Deutschen. Doch inzwischen geht es nicht mehr darum, das günstigste Schnäppchen zu finden - „Smart Shopping“ ist angesagt, also nicht maximal billig, sondern gute Deals für einen guten Preis wollen gefunden werden.

Mobile Couponing greift die oben genannten Entwicklungen auf, vereint alle Anforderungen und integriert sie in einer Anwendung: COUPIES ([www.coupies.de](http://www.coupies.de)).

### **Das Prinzip von COUPIES**

COUPIES leistet im Auftrag werbender Unternehmen die standort- und zielgruppenbezogene Distribution von Coupons auf die Mobiltelefone von Konsumenten. Konkret bedeutet das: COUPIES bringt Ihre Coupons, Angebote und Verkaufsaktionen auf die Handys von Kunden in Ihrer Nähe. Damit können bei Neukundengewinnung und Kundenbindung ganz neue Wege beschritten werden.

Der Nutzer entscheidet sich aktiv für einen Coupon und lädt auch nur diesen kostenlos auf sein Handy und wird zu keiner Zeit mit Spam-Meldungen belästigt. Diese Form Kundenansprache und die tagesgenaue Aktualität der Coupons steigern die Servicequalität des Marketings für die Konsumenten deutlich.

Für den Auftraggeber besteht dabei kein finanzielles Risiko, denn neben einer geringen Grundgebühr vergütet er COUPIES nur für tatsächlich im Laden eingelöste Coupons. Dieser erfolgsabhängige Anteil verbessert die Kosteneffizienz der Werbung mit Coupons bei deutlich höherer Einlösequote und besserem Zielgruppenbezug und verleiht dem werbenden Unternehmen zusätzlich ein innovatives Image.

### Kampagnen aufsetzen – individuell und unkompliziert

Das werbende Unternehmen hinterlegt im System von COUPIES sein Filialnetz und kann sofort seine eigenen Kampagnen durchführen. Für jede Kampagne werden Zielgruppe (Alter und Geschlecht), der zeitliche und regionale Umfang der Kampagne sowie das beworbene Angebot angelegt. Konkret: Als werbendes Unternehmen entscheide ich, welcher Zielgruppe ich in welchem Zeitraum Handy-Coupons anbieten möchte.

Der Ablauf ist wie folgt: Der Kunde lädt sich ein kleines Programm (z.B. aus dem Apple App-Store) auf sein Handy, gibt einmalig sein Alter und Geschlecht an und kann unmittelbar den für ihn kostenlosen Service nutzen. Aus Sicht des Kunden sieht das Vorgehen wie folgt aus:



Kunde sieht eine werbende Filiale in seiner Nähe ...

...schaut sich die dort verfügbaren Angebote an ...

... und löst den Coupon direkt im Geschäft ein!

Die Einlösung der Coupons vor Ort geschieht weitestgehend analog zu Papier-Coupons: Der Nutzer zeigt sein Handy mit dem aufgerufenen Coupon an der Kasse vor, und das Kassenspersonal zieht den Barcode auf dem Mobiltelefon über die Scannerkasse. Sind die Kassen der Filiale nicht mit Scanner ausgestattet, wird ein alternativer Prozess ohne Barcode verwendet. Durch diese einfachen Prozesse fallen keinerlei Investitionen in Hardware oder Schulungen des Personals an.

Nach jeder Mobile-Couponing-Aktion erhält der Kunde eine detaillierte Auswertung der Marketingmaßnahme als Grundlage für zukünftige Maßnahmen.

### **Der Kundennutzen – Service und Kundenbindung, Image, Kostensenkung**

Frank Schleimer, Geschäftsführer und Mitgründer von COUPIES: „Unsere Kunden setzen Mobile Couponing in der Regel als Ergänzung ihrer traditionellen Couponing-Kampagnen und anderen Marketingmaßnahmen ein. Dieser neue Service wird von Kunden honoriert – die Einlösungen mobiler Coupons liegen deutlich über denen herkömmlicher Kampagnen“. Die wachsende Popularität von Coupons in Kombination mit der stark steigenden Verbreitung mobiler Applikationen verleiht Unternehmen, die mit mobilen Coupons werben, ein innovatives Image und erschließt neue Zielgruppen. Die zielgruppenspezifische Erstellung der mobilen Coupons ermöglicht eine viel genauere Steuerung der Marketingmaßnahme als beim herkömmlichen Couponing. Dabei sind die Kosten für Mobile Couponing geringer und fallen darüber hinaus rein erfolgsorientiert an.

### **Erfolgsabhängige Vergütung – kein finanzielles Risiko**

Die Kosten für das werbende Unternehmen sind überwiegend erfolgsorientiert. Neben einer geringen Grundgebühr wird COUPIES nur pro tatsächlich eingelösten Coupon vergütet. Darüber hinaus fallen keine Gebühren an, das werbende Unternehmen hat somit völlige Kostentransparenz und kann die Wirkung der Marketingmaßnahme im Detail nachrechnen. Darüber hinaus unterstützt COUPIES die Planung und Durchführung von Kampagnen mithilfe des webbasierten Systems. Auch kleineren Unternehmen wird es damit ermöglicht, mit geringem Aufwand, selbständig Kampagnen anzulegen und zu verwalten und mit überschaubaren Investitionen mit Coupons zu werben.

### **Haben wir Ihr Interesse geweckt?**

Schreiben Sie uns bitte eine E-Mail an [info@coupies.de](mailto:info@coupies.de) oder melden Sie sich bei:

#### **COUPIES GmbH**

Felix Gillen

Vogelsanger Straße 78, 50823 Köln

Mobil: +49-178-4225522

Tel.: +49-221-94657932

Fax: +49-221-99553999

<http://www.coupies.de>

[felix.gillen@coupies.de](mailto:felix.gillen@coupies.de)