



Rabatte und Coupons

Kundenverhalten präzise und profitabel steuern

Mehr als ein Zahlungsmittel

Das Gießkannenprinzip

Rabatt wird oft als stumpfer Margenverlust betrachtet. Ein reines Mittel, um kurzfristig den Umsatz auf Kosten des Ertrags zu pushen.



Die Preisregel

Ein Rabatt ist ein präzises Steuerungsinstrument. Er beantwortet eine zentrale, logische Frage:

Unter welchen Bedingungen soll welcher Preisnachlass gelten?

Das Fundament: Art und Ziel definieren

	Produkt & Warengruppe	Versandkosten	Zwischen- & Gesamtsumme
 Prozentual			
 Fester Betrag			



Zeitliche Steuerung: Jede dieser Kombinationen kann als dauerhafte Kondition oder als zeitlich eng begrenzte Kampagne (mit Start- und Endzeitpunkt) konfiguriert werden.

Das Rabattziel bestimmt die Mechanik



Produktrabatt



Beschleunigt den Abverkauf spezifischer Artikel oder Hersteller.



Kostenloser Versand



Senkt die Einstiegshürde für den Kaufabschluss drastisch.



Gesamtsummenrabatt



Erhöht gezielt den durchschnittlichen Bestellwert.

Das Verhalten der Kunden folgt immer der gesetzten Regel.

Der Coupon als strategischer Auslöser



Budgetsicherheit durch Limitierung

Kein Limit



Dauerhafte Preisregeln (z.B. Standard-B2B-Konditionen).

Gesamtzahl limitieren



Erzeugt massive Dringlichkeit (z.B. „Nur für die ersten 100 Bestellungen“).

Pro registriertem Kunde limitieren



Generiert Probe-Käufe ohne Ausnutzung (z.B. „Einmalig versandkostenfrei“).

Das Smartstore-Nutzungsprotokoll verknüpft diese Limits im Hintergrund fälschungssicher mit den Bestelldaten.

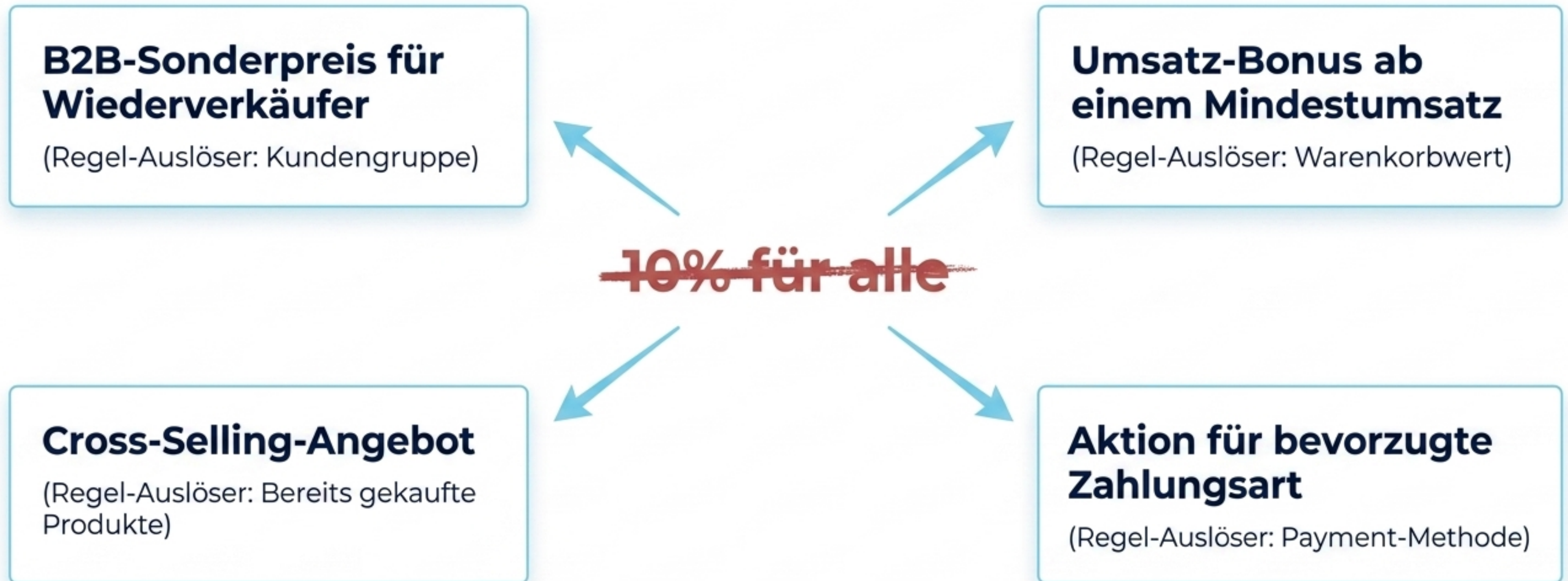


Die wahre Stärke: Bedingungen und Regeln

Filter für chirurgische Präzision



Vom Gießkannenprinzip zum Steuerungsinstrument



Schutz vor unerwünschten Effekten



Praxis-Beispiel für Wirtschaftlichkeit

Rabatte auf Zwischen- oder Gesamtsummen werden vom System automatisch blockiert, wenn der Warenkorb einen Geschenkgutschein enthält. So entstehen keine wirtschaftlich problematischen Vorteile.

Best Practice: Der kalkulierbare Workflow



So wird der Rabatt vom pauschalen Margenverlust zum kalkulierbaren Marketinginstrument. Eine gute Kampagne besteht nicht allein aus einer kreativen Botschaft, sondern ebenso aus sauber definierten Grenzen.

Die Grenze der ersten Stufe



Vielen Dank

Smartstore AG
Kaiserstraße 63–65, 44135 Dortmund
Telefon: +49 (0)231 5335–0
Fax: +49 (0)231 5335–101