

BLACK FRIDAY *RELOADED*

6 INTELLIGENTE RABATTSTRATEGIEN,

die Sie **weder Marge noch die Preisakzeptanz** Ihrer Kunden **kostet!**

STRATEGIE 1

GUTHABEN



STATT RABATTE

Im Gegensatz zu Rabatten, will man ein **Guthaben** nicht verfallen lassen.

Guthaben sind **produktunabhängig** und so aus Kundensicht **flexibler** und **motivierender**.

Zudem ruiniert ein Guthaben Ihre etablierten Preispunkte nicht und ist irgendwann erschöpft, während Rabatte immer wieder erwartet werden.

STRATEGIE 2

GEGENLEISTUNG



STATT "EINFACH SO"

Verlangen Sie immer eine Gegenleistung.

Definieren Sie **Mindestumsatz**,
Deadlines, **Warenkorbanforderungen**,
Neukundenwerbung oder ähnliches.

Ein Rabatt ohne Gegenleistung ruiniert die Preisakzeptanz noch stärker und lässt Ihre regulären Preispunkte noch beliebiger erscheinen.

STRATEGIE 3

TRIGGER NUTZEN



STATT RABATTE GEBEN

Eine Tageszeitung in Dänemark hat den Preis für das Probeabo am Black Friday von DKK 0 auf DKK 70,- erhöht und so die Abschlussquoten extrem gesteigert. Das zeigt, dass Kunden Ihren Preis kaum kennen. Sie können also allein die **Erwartung auf reduzierte Preise nutzen**, ohne die eigenen Preise zu senken. Mutige können sie gar erhöhen!

STRATEGIE 4

WENIGER



IST MEHR!

Vergeben Sie **nie** „X% auf alles“, sondern rabattieren Sie nur selektiv! Liefern Sie sich nie eine Rabattschlacht mit dem gesamten Produktangebot, denn das **kostet weitreichend Marge**.

Ein paar **weise gewählte Produkte** genügen als "**Lockvögel**", um sich die Aufmerksamkeit Ihrer Kunden zu sichern.

STRATEGIE 5

EUROS



STATT PROZENTE

Konsumenten rechnen sich Prozente nicht in Euro um.

Statt bspw. 35% Rabatt auf 120€ zu geben, machen Sie es dem Interessenten leichter und geben **40€ Rabatt**. Dies ist für Kunden **einfacher zu verarbeiten**, als ein abstrakter Prozentsatz. Zudem vermeiden Sie so **einen Rabattvergleich mit Konkurrenten**.

STRATEGIE 6

PRODUKTFOKUS



STATT RABATTFOKUS

Anstatt Rabatte in Form von Prozentsätzen oder Geldbeträgen zu geben, können Sie den **Fokus auch auf die Produkte oder Dienstleistungen legen**, die Sie **ausschließlich zum Black Friday verkaufen**. So müssen Sie weder auf Marge verzichten, noch wird die Preisakzeptanz Ihrer Kunden beschädigt.

Diese **sechs Strategien**
sind nur „**APPETIZER**“
für eine Vielzahl an

MÖGLICHKEITEN,

Rabatte zu geben
OHNE MARGE und
PREISAKZEPTANZ
zu schädigen.

Für **MEHR STRATEGIEN**
stehen wir Ihnen jederzeit
zur Verfügung.

Schreiben Sie uns
einfach auf **LINKEDIN**
oder **PER MAIL** an:
beratung@vocatus.de