



#Beilagenmarketing #Paketbeilage #Sampling #B2C

Sampling oder Rabattgutschein?

Pro und Contra Betrachtung lohnt sich

Die Neukundengewinnung mit Gutscheinen als Beilage in Paketen, Magazinen oder auch direkt verteilt am POS/POI ist weit verbreitet und für die meisten Unternehmen sehr erfolgreich. Manche Branchen haben aufgrund ihres Produktsortiments aber auch die Möglichkeit, Warenproben und Samplings, statt eines Gutscheins einzusetzen.

Besonders interessant kann das für Unternehmen aus folgenden Bereichen sein: Food, Parfum/ Kosmetik, Gesundheit/Nahrungsergänzung, Garten, ausgewählte Hobbies, Tiernahrung, Zeitschriften und manche Dienstleistungen.

Aber wie entscheidest du, welche Werbeform die bessere für die Bewerbung deiner Produkte/ Dienstleistungen ist? Die Entscheidung zwischen Sampling (Verteilung von Warenproben) und Gutscheinen mit Rabatten hängt von verschiedenen Faktoren ab, darunter das Ziel der Marketingkampagne, die Art des Produkts und das Verhalten der Zielgruppe.

Hier sind einige Vor- und Nachteile beider Ansätze:

Samplings | Die Verteilung von Warenproben

VORTEILE

- + **Direktes Produkterlebnis**
Konsumenten können das Produkt selbst ausprobieren, was besonders bei neuen oder innovativen Produkten wichtig ist, die ihre Qualität und Einzigartigkeit demonstrieren müssen. Das erhöht die Kaufwahrscheinlichkeit.
- + **Vertrauensbildung**
Der direkte Kontakt mit dem Produkt baut Vertrauen auf, was zu einer höheren Kaufbereitschaft führen kann.
- + **Weniger Preissensibilität**
Im Vergleich zu Rabatten, die den Wert des Produkts verringern können, betonen Proben den Wert und die Qualität des Produkts.
- + **Positives Markenimage**
Das Anbieten von kostenlosen Proben kann das Markenimage verbessern und als großzügige Geste wahrgenommen werden.
- + **Wettbewerbsvorteil**
Warenproben helfen sich von der Konkurrenz abzuheben, da sie nicht so häufig verteilt werden wie Gutscheine.

NACHTEILE

- **Höhere Kosten**
Die Produktion von Warenproben ist teurer als der Druck von Gutscheinen.
- **Logistischer Aufwand**
Die Verteilung von Proben erfordert eine durchdachte Logistik, um sicherzustellen, dass eine gefahrlose Einlagerung/Verteilung bei den Verteilpartnern erfolgen kann und die Warenproben in gutem Zustand beim Kunden ankommen.
- **Unvorhersehbare Rückmeldungen**
Das direkte Feedback, z.B. an die Verteiler am POS/POI, kann sowohl positiv als auch negativ sein. Die Personen müssen auf das Feedback im Sinne ihres Unternehmens reagieren können.

Gutscheine mit Rabatten

VORTEILE

- + **Sofortige Kaufanreize**
Gutscheine mit Rabatten bieten einen direkten finanziellen Anreiz für den Konsumenten, das Produkt sofort zu kaufen, insbesondere beim Erstkauf.
- + **Einfach in der Umsetzung**
Kampagnen mit Gutscheinen sind einfacher und kostengünstiger umzusetzen als die Verteilung von Warenproben. Darüber hinaus lassen sie sich leicht messen.
- + **Schnelle Umsatzsteigerung**
Rabatte können schnell zu einem Anstieg der Verkaufszahlen führen, insbesondere bei preissensiblen Konsumenten und sorgen so für schnelles Wachstum.
- + **Attraktivität für Wiederholungskäufe**
Rabatte können nicht nur neue Kunden anziehen, sondern auch bestehende Kunden zu Wiederholungskäufen motivieren.
- + **Kanalvielfalt**
Gutscheine können über alle Werbekanäle gestreut werden: Online, Offline, durch Partnerschaften/Kooperationen.

NACHTEILE

- **Wertminderung**
Ständige Rabatte können den wahrgenommenen Wert eines Produkts mindern und Konsumenten daran gewöhnen, nur bei Rabattaktionen zu kaufen. Die Kundenloyalität kann niedriger sein.
- **Preiskampf**
Rabatte können zu einem Preiskampf mit Wettbewerbern führen, was langfristig die Gewinnmargen schmälert.
- **Eingeschränkte Wirkung bei Premiumprodukten**
Bei hochpreisigen oder luxuriösen Produkten können Rabatte das exklusive Image schädigen.



Team Beilagenmarketing

Dialoghaus
Beratungsgesellschaft für
Dialogkommunikation mbH
info@dialoghaus.com
www.dialoghaus.com

beilagenmarketing@dialoghaus.com

Büro Hamburg
Borsteler Chaussee 111
22453 Hamburg
T 0 40 / 46 88 58-0
F 0 40 / 46 88 58-25

T 040 / 468858-24

Büro Düsseldorf
Hardt 22
40764 Langenfeld
T 0 21 73 / 84 83-0
F 0 21 73 / 84 83-2 22

W dialoghaus-beilagenmarketing.de

Fazit

- + **Samplings** eignen sich besonders für neue, innovative oder hochwertige Produkte, bei denen das Probieren und die Qualität im Vordergrund stehen. Es ist auch effektiv, um langfristig Vertrauen und Markenbindung aufzubauen.
- + **Gutscheine mit Rabatten** sind ideal, um schnell die Verkaufszahlen zu steigern, besonders bei preissensiblen Produkten oder in wettbewerbsintensiven Märkten. Sie bieten sofortige Kaufanreize und sind einfach in großen Auflagen zu streuen.

Die Wahl zwischen Sampling und Rabatten hängt also stark von den spezifischen Zielen der Marketingkampagne, der Art des Produkts und der Zielgruppe ab. Ein strategischer Einsatz beider Methoden kann auch sinnvoll sein, um die jeweiligen Vorteile zu kombinieren oder einfach mal zu testen, womit du die besseren KPIs erzielst.

Dialoghaus bietet dir für beide Werbeformen mittlerweile bis zu 9 Kanäle und viele 1.000 Werbepartner und Optionen, über die du Beilagen und Samplings streuen kannst. Gerne erstellen wir einen konkreten, unverbindlichen Vorschlag für dein Produkt.



Team Beilagenmarketing

Dialoghaus
Beratungsgesellschaft für
Dialogkommunikation mbH
info@dialoghaus.com
www.dialoghaus.com

beilagenmarketing@dialoghaus.com

Büro Hamburg
Borsteler Chaussee 111
22453 Hamburg
T 0 40 / 46 88 58-0
F 0 40 / 46 88 58-25

T 040 / 468858-24

Büro Düsseldorf
Hardt 22
40764 Langenfeld
T 0 21 73 / 84 83-0
F 0 21 73 / 84 83-2 22

W dialoghaus-beilagenmarketing.de