

Insights on Incentives

The Reach Group

Verwendung von Amazon Incentives zur Performance-Steigerung von Abverkaufs- und Werbekampagnen

André Koegler ist Vice President Product & Technology bei The Reach Group – einer Agentur für digitales Marketing mit Standorten in vier verschiedenen Ländern. Ein großer Teil des täglichen Geschäfts besteht darin, effektive, userzentrierte Marketingkampagnen für werbetreibende Unternehmenskunden zu entwickeln. Bei vielen dieser Kampagnen steht der Einsatz von passenden Incentives im Mittelpunkt. Zu den Incentives, mit denen The Reach Group die Kampagnen erfolgreicher macht, gehören auch die Gutscheine von Amazon.

André Koegler verfügt über jahrelange Erfahrung auf dem Gebiet des Performance-Marketing. Sowohl bei der Entwicklung der Beziehungen zu Bestandskunden als auch beim Ausbau des Kundenstamms von The Reach Group hat er eine entscheidende Rolle gespielt.

Frage: Was war der Auslöser für die Zusammenarbeit mit Amazon?

ANDRÉ: Die Idee mit Amazon zusammenzuarbeiten existiert eigentlich schon sehr lange. Wir haben sie schon sehr früh von einem unserer Kunden, dem Deutsche Post Leserservice, übernommen. Dieses Unternehmen verkauft Zeitungsabonnements und möchte Verkaufsanreize für die Endverbraucher schaffen, indem es die Kunden mit Geschenken unterschiedlicher Art belohnt. Da die Deutsche Post aufgrund administrativer Anforderungen nicht direkt mit Amazon zusammenarbeiten konnte, sind wir eingesprungen und haben uns als Mittelsmann zwischen den beiden Unternehmen positioniert. Aufgrund unserer Verträge mit der Deutschen Post und Amazon konnten wir schnell dafür sorgen, dass beide Seiten genau das bekamen, was sie wollten. Durch diese anfängliche Idee sind wir gewachsen und können unsere Kunden bei ihren Verkaufsfaktionen und Aktivitäten durch die Bereitstellung von Amazon- Gutscheinen unterstützen. **Wir setzten die Zusammenarbeit mit Amazon**

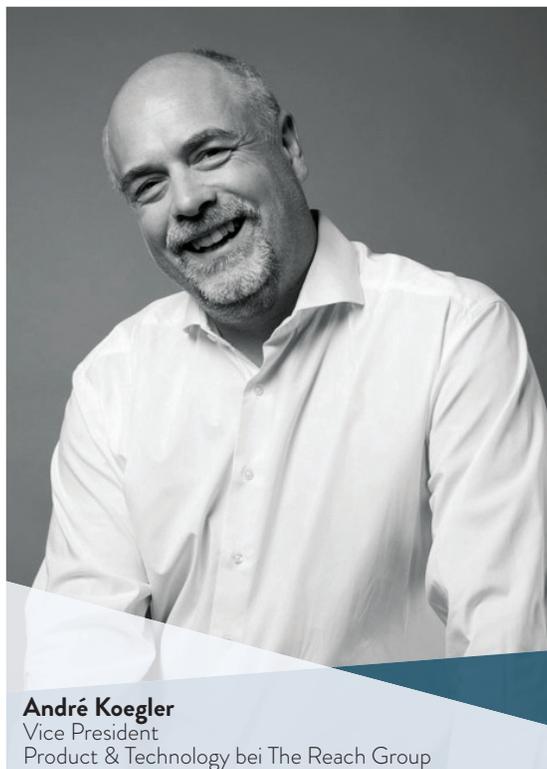
fort, weil wir den Wert erkannt haben, den Amazon sowohl unseren Auftraggebern als auch deren Kunden bieten kann. Amazon hat in jeder Hinsicht unsere Erwartungen erfüllt und teilweise sogar übertroffen.

Frage: Welche Ergebnisse konnten Sie durch die Verwendung der Amazon-Gutscheine beobachten?

ANDRÉ: **Die Amazon-Gutscheine funktionieren einfach und helfen uns, Kampagnen schnell umzusetzen.** Bei den Projekten, an denen wir arbeiten, stehen nicht nur die monetären Faktoren im Vordergrund. Wie viel wir bezahlen, wie viel wir bekommen und die Anzahl der Transaktionen sind natürlich sehr wichtig. Mindestens ebenso entscheidend ist aber auch, das Projekt ohne viel Aufwand und ohne Probleme erfolgreich abschließen zu können. **Indem wir Amazon Incentives nutzen klappt einfach alles wunderbar – sowohl für uns als auch für unsere Kunden.**

Frage: Warum entscheiden sich Ihre Kunden für Amazon-Gutscheine?

ANDRÉ: Wenn es um Incentives geht, sind Gutscheine



André Koegler
Vice President
Product & Technology bei The Reach Group

für die Endverbraucher generell attraktiver als physische Produkte. In der Regel benötigt der Endverbraucher seine volle Konzentration für die Entscheidung über das ihm vorliegende Angebot, wie zum Beispiel das Abschließen eines Zeitungsabonnements oder das Eröffnen eines Girokontos. Dabei möchte er sich keine zusätzlichen Gedanken darüber machen müssen, welches Geschenk oder welche Prämie er nun wählen soll. **Viele Endverbraucher entscheiden sich daher für einen Amazon-Gutschein, da sie dann zu einem späteren Zeitpunkt entscheiden können, wofür sie ihre Belohnung einlösen möchten. Amazon-Gutscheine sind perfekt, da sie den Kunden die Entscheidung überlassen, nur das zu kaufen was sie wirklich haben möchten und dann, wann es ihnen zeitlich am besten passt.**

Frage: Inwiefern haben Sie die Art und Weise geändert, Amazon-Gutscheine zu verwenden?

ANDRÉ: Am Anfang haben die Werbetreibenden noch selbst die gedruckten Geschenkgutscheine verschickt.

Jetzt verwenden wir nahezu ausschließlich digitale Amazon-Gutscheine, die entweder in Form von Excel-Listen an die Werbenden weitergegeben oder direkt über das E-Mail-Tool von Amazon verschickt werden. **Das gesamte Verfahren von Amazon ist sehr einfach und unterstützt außerdem unsere digitale Ausrichtung.** Diese digitale Lösung gefällt sowohl den Werbetreibenden als auch den Endverbraucher. Sie ist schneller, einfacher und günstiger für die Werbetreibenden und hat für die Endverbraucher noch nie zu Schwierigkeiten geführt.



Frage: Welche weiteren Einsatzmöglichkeiten planen Sie hinsichtlich Amazon Incentives?

ANDRÉ: Durch die Zusammenarbeit mit Amazon haben wir bereits beeindruckende Ergebnisse erzielt. Daher denken wir gerade über die Idee nach, Amazon Incentives auch als Boni für unsere eigenen Mitarbeiter zu verwenden. Wir könnten ihnen damit eine Anerkennung für verschiedene Dinge, wie zum Beispiel für innovative Ideen, zukommen lassen.

Ich könnte mir auch eine Verbindung zwischen Kundenakquise-Kampagnen, Treueaktionen und Kundenbindungsprogrammen vorstellen. Derzeit werden die meisten Transaktionen immer nur einmalig mit einem Incentive vergütet. Wir denken auch darüber nach, wie unsere Auftraggeber speziell ihren treuen Kunden Amazon Incentives zukommen lassen könnten. Wir können uns vorstellen, dass die Kunden unserer Auftraggeber jeden Monat automatisch eine Gutschrift in Form eines Amazon-Gutscheins erhalten,

anstatt dass die Kunden direkt nach ihrer Reaktion auf die Kampagne die gesamte Belohnung auf einmal bekommen. Dies wäre ein Ansporn für die Endkunden, unseren Auftraggebern treu zu bleiben. Wir denken, dass unsere Auftraggeber und deren Kunden ein solches System sehr begrüßen würden.

amazonincentives

Für weitere Informationen über Amazon Incentives besuchen Sie www.amazon.de/incentives oder schreiben Sie uns eine E-Mail an amazon-incentives@amazon.de