

## Gutscheine per SMS: So steigt die Conversion Rate von Coupons

Im Pilotprojekt mit mobilen Coupons erreichte unser Partner OTG, der Marktführer für Einkaufszentren in Norwegen, eine Conversion Rate von 13,5 %. Während des Aktionszeitraums von nur drei Tagen lösten mehr als 2.300 Menschen einen der per SMS erhaltenen Gutscheine ein.



Die Conversion Rate für ausgegebene Papier- und E-Mail-Coupons unseres Partners OTG (Olav Thon Group) lag stellenweise nicht mal im einstelligen Prozentbereich. OTG wollte wissen, woran das lag und befragte dafür seine Kundenclub-Mitglieder. Das Ergebnis: Der Großteil Kunden hatte die Coupons im passenden Moment schlichtweg nicht dabei. Ein Pilot sollte zeigen, ob mobile Gutscheine auf dem Smartphone dieses Problem lösen würden.

Für den Test wurden 18.197 Kundenclub-Mitglieder in Norwegen ausgewählt, die in ihrem Mitgliederkonto ihre Mobilnummer bereits freiwillig hinterlegt hatten. Jedes dieser Mitglieder erhielt zum Auftakt des Aktionszeitraums eine Begrüßungs-SMS mit einem Link, der ein mobiles Coupon-Booklet, einer Sammlung mehrerer Coupons, öffnete. Mehr als 17.500 (96,6 %) der versendeten SMS konnten erfolgreich an Endkunden zugestellt werden.

Insgesamt 5.642 Empfänger (32 %) klickten auf den in die SMS eingebetteten Link und öffneten das Booklet. Von diesen lösten wiederum 2.365 Menschen (42 %) einen der erhaltenen Gutscheine innerhalb des dreitägigen Aktionszeitraums in einem teilnehmenden Shopping-Center unseres Partners ein.

Die Kosten für den Test lagen etwa 40 % unter dem, was OTG eine vergleichbare Aktion mit dem Pendant aus Papier gekostet hätte. Vom Erstkontakt mit LINK Mobility bis zur Durchführung der Aktion verging nicht mal ein Monat.

Mehr zu der mobilen Coupon-Lösung von LINK Mobility unter <https://linkmobility.de/products/mobile-coupons>.