

Nye medieplatforme giver rabatkuponer nyt liv

Tidligere skulle forbrugerne klippe de fysiske rabatkuponer ud og medbringe dem i butikken. Sådan er det ikke længere. I dag kan rabatkuponer også benyttes på hjemmesider og smartphone-applikationer. De nye medieplatforme giver forbrugerne et større overblik og mere fleksibilitet.

Høje Taastrup, den 23. august 2011: Vi husker alle kuponhæftet, der i 1980'erne kom ind gennem brevsprækken og præsenterede os for en verden af nye, spændende varer. Nu er rabatkuponerne tilbage. En ændring af markedsføringsloven har pr. 1. juli 2011 tilladt, at det igen er muligt at benytte rabatkuponer og købsbetingede konkurrencer overfor danske forbrugere. For virksomhederne giver denne ændring nye annonceringsmuligheder, for rabatkuponer er ikke længere et hæfte med kuponer. De digitale medier gør det muligt at benytte kuponer på helt nye og integrerede måder.

”Vi har ventet længe på at få tilladt rabatkuponer, og vi forventer, at det bliver et medie, som forbrugerne vil bruge i stor stil. Vores kunder, annoncørerne, får helt nye muligheder for at målrette deres tilbud, og vi kan langt bedre måle effekten af vores kunders medieinvesteringer. Specielt når det gælder digitale tilbud som indløses via mobilen, den har forbrugeren altid med sig. Men også de fysiske kuponer er en ny god mulighed. Vi ved fra vores søsterselskaber i UK og US, at kuponmarkedet er en integreret del, når der tales nye løsninger med annoncørerne. De giver god effekt ved brug af promotionskampagner, og det forventer vi også vil ske i Danmark” siger administrerende direktør Henrik Abraham fra mediebureauet Maxus.

Tre i en - nye digitale muligheder med kupontilbud

Hos Kuponerne.dk, der er Danmarks største kuponpakke og tilbydes af FK Distribution, kan annoncørerne anvende hele tre medieplatforme i kuponløsningen. Forbrugerne kan vælge at klippe papirkuponen ud fra omslaget på husstandsomdelte tilbudsaviser, Front Page der omdeles til 2,1 mio. private husstande, og medbringe den i butikken, eller de kan gå direkte på hjemmesiden www.kuponerne.dk for at købe tilbuddet på annoncørens hjemmeside eller webshop. De kan også læse kupontilbuddene på hjemmesiden www.MinReklame.dk, der månedligt besøges af mere end 500.000 danske forbrugere via hjemmesider, nyhedsbreve og smartphone-applikationer.

”Det digitale supplement til den fysiske printudgave sikrer, at målgruppens forbrugsmønster udvides til hele døgnet. Vores erfaringer viser, at den ”perfekte” kupon er den gennemarbejdede kupon. Annoncøren skal gøre kuponen enkel med et tilbud og lidt tekst, vælge et omsætteligt bredt produkt som hverken er for dyrt eller billigt, og gøre tilbuddet skarpt med konkret besparelse og tidsbegrænset periode. Desuden gælder det om at gøre virksomheden tilgængelig ved at bruge flere responsmuligheder såsom hjemmeside, telefon, sms og 2d barcode”, siger produktudviklingschef Morten Buch fra FK Distribution.

Gode erfaringer med kupontilbud hos Expert

Markedet for kupontilbud herhjemme blev allerede liberaliseret fra årets start, og flere annoncører har testet de nye muligheder via Kuponerne.dk i foråret. En af dem er Expert, der benyttede en kuponannonce med et super billigt specialtilbud på et digitalkamera, mens den anden var en fysisk rabat kupon på 300 kr. til en iPad, som forbrugerne klippede ud og medbragte i butikken. Begge kuponløsninger gav god respons.

”Vi oplevede at det var noget, kunderne reagerede på, så alt i alt var det en positiv respons på det nye kuponmarked”, siger brand manager Jesper Dalgaard-Jensen fra Expert.

FK Distribution har i 2011 gennemført fem udgaver af Kuponerne.dk, og efteråret byder på fire nye udgaver med rabatkuponer.

For flere oplysninger, kontakt venligst:

Henrik Abraham, administrerende direktør, Maxus, tlf. 70 20 71 15

Morten Buch, produktudviklingschef, FK Distribution, tlf. 29 49 83 37

Jesper Dalgaard-Jensen, brand manager, Expert, tlf. 87 64 68 00

Anne Reinholdt, presseansvarlig for FK Distribution, Mannov, tlf. 27 15 70 67

Fakta om rabatkuponer 2011

- Rabatkuponer er igen tilladte pr. 1. juli 2011
- Rabatkuponer i 2011 kan være fysiske, fx på omslaget Front Page på de husstandsdelte tilbudsaviser (www.fk-frontpage.dk), eller digitale på hjemmesider www.kuponerne.dk, www.MinReklame.dk og smartphone-applikationen (minreklame.dk)
- Kuponerne.dk udgives af FK Distribution (www.fk.dk)

Forslag til billedtekst

Kuponerne.dk giver annoncører nye muligheder for integreret markedsføring ved at mixe fysiske og digitale rabatkuponer.