

BONUSHANDOUT

SLIM KORTING GEVEN

Korting geven aan klanten om de verkoop te boosten. Slim?

Als het de verkopen boost én jouw winstmarge (de verhouding tussen de inkoopprijs en verkoopprijs is positief), kan het zeker slim zijn.

Maar let op!

Geef nooit zomaar korting en al helemaal niet als de klant vraagt om korting. Het initiatief ligt bij jou.

*Luister ook de podcast: **Wanneer geef je wel en geen korting?***

Heb je besloten dat je graag korting wil geven? Ga dan slim te werk. In deze handout neem ik je mee in een voorbeeld om slimmer korting te geven.

1. Korting geven in producten

Geef de korting in producten in plaats van geld, om de waarde van de korting hoger te laten lijken.

Voorbeeld 1: Je geeft de klant 10 euro korting. De klant denkt dan: top, dat is 10 euro.

Als je de klant geen korting in geld geeft als trigger om iets te kopen maar in producten, dan zit daar een andere (waarde)beleving aan.

Voorbeeld 2: Jij geeft 1 geurset cadeau met een verkoopwaarde van 20 euro. De klant denkt dan: woooow, ik krijg 20 euro cadeau!

Stel dat jij daar een marge op hebt van 50%, dan geef jij de klant dus eigenlijk 8,28 euro cadeau.

20 euro inclusief btw / 1,21 (btw) = 16,53 euro verkoopwaarde exclusief btw.

50% marge = 8,26 euro inkoopwaarde exclusief btw.

Jouw kosten = 8,26 euro.

Oftewel: de klant ervaart veel meer korting dan jij daadwerkelijk weggeeft.

2. Korting geven in exclusieve producten

Als aanvulling op voorgaand voorbeeld kun je de klant ook een exclusief product cadeau geven wat niet los te koop is. Dat vergroot de aanzet om een bepaald product aan te kopen. De principes van schaarste, exclusiviteit en 'nu of nooit' spelen hierbij namelijk een rol. Het werkt helemaal in je voordeel als het een product is waardoor de klant vaker aan jouw merk denkt (herkenbaarheid) of als het het doen van herhaalaankopen stimuleert.

Voorbeeld 1: Je geeft de klant bij aankoop van 5 pakken granola een gratis exclusief bewaarblik cadeau t.w.v. 20 euro. Dit bewaarblik is niet los te koop. Het triggert de klant om de aankoop te doen, want enkel nu is de aankoop tezamen met een bewaarblik. Dit bewaarblik staat ergens in de keuken (en heeft jouw merk erop gedrukt), waardoor jouw merk vaker naar voren komt bij jouw klant.

Voorbeeld 2: Je kunt bovenstaand voorbeeld nog verder uitbreiden door bij het bewaarblik bijvoorbeeld nog bijpassende producten te verkopen zoals een ontbijtkommetje of een granola-portiebeker.

Voor elk bedrijf zijn wel voorbeelden te bedenken! Welk idee komt in je op voor jouw bedrijf? Kom je er niet uit? Gebruik de community voor vragen en ideeën. :-)

3. Selectief korting geven (producten met een lage omloopsnelheid)

Het geven van korting kan ook selectief plaatsvinden op bijvoorbeeld producten met een lage omloopsnelheid. Oftewel producten waar je nog een hoop voorraad van hebt liggen. Op deze producten kun je een hogere korting toepassen (let op dat je niet zomaar verkoopt onder de inkoopprijs). Het kan ook slim zijn om deze producten in bundels te verkopen. Dit houdt in dat je ze samenvoegt met een ander product om zo het verkoopvolume te vergroten.

PS: Voorkomen is beter dan genezen. Wat zijn de producten met een lage omloopsnelheid waar er nog veel van op voorraad zijn? Pas voor de volgende inkoopronde daar je inkoop-/productieplan op aan.

4. Korting geven bij een langere levensduur

Hoe langer klanten klant blijven, hoe groter de waarde van een klant. Je kunt een klant korting geven om te stimuleren dat ze langer klant zijn. Denk bijvoorbeeld aan een korting bij een grotere verpakkingshoeveelheid of als ze een abonnement nemen en maandelijks je product afnemen.

5. Geef eens korting op een gek moment

Veel bedrijven geven kortingen op Black Friday, Valentijnsdag, Moederdag en alle 'standaard'-dagen. Je hebt dan ook meteen veel concurrentie. Geef eens korting op een totaal random dag waarop niemand het verwacht. Je hebt dan minder 'kortingsconcurrentie', en zo wennen je klanten niet aan de gezette kortingstijden.

6. Geef korting in stukjes

Je kunt een oplopende korting weggeven waar je de korting laat oplopen bij de afname van een groter volume. Deze strategie werkt vooral als je veel (oude) voorraad hebt waar je graag vanaf wil.

Voorbeeld: Bij de aankoop van 1 stuk krijg je 10% korting, bij de aankoop van 2 stuks krijg je 20% korting, bij de aankoop van 3 stuks krijg je 30% korting, etc. Let er hierbij ook wel weer op dat je jouw producten niet verkoopt onder het gezette minimale bedrag waarop het nog rendabel is.

Welke kortingsacties wil jij graag toepassen voor jouw business? Twijfel je over een geschikte kortingsactie? Vraag het in de community.