

Dass Kooperationen für Sonnenstudios durchaus lukrativ sein können, zeigt das Beispiel der Studiokette Sonnenstudio No.1, zu der 19 Niederlassungen im Rhein-Main-Gebiet zählen. Was sich hinter dem Glücksrad-Modell verbirgt – lesen Sie selbst.



Gewinnbringende Kooperationen

Best Practice: Das Glücksrad

Ein zentraler Punkt der Geschäftsstrategie ist die Gewinnung von Kooperationspartnern im lokalen Geschäftsgebiet. Das Netzwerken, das Knüpfen von weiteren Kontakten und das Erzielen von Synergieeffekten stehen dabei besonders im Fokus. Zudem erhofft sich das Sonnenstudio No.1, den Namen weiterhin zu verbreiten und zu stärken und so neue Kunden zu gewinnen. Bereits seit vielen Jahren bestehen Kooperationen mit lokalen Geschäften. Hieraus ist die Idee gewachsen, eine gemeinsame Plattform mit einem gemeinsamen Auftreten zu entwickeln. Vorgabe war, dass diese Plattform dem Kunden

einen Mehrwert bieten muss – und dies in Form der Teilnahme an einem Spiel. Zusammen mit der Drela GmbH wurde ein Konzept für die Umsetzung entwickelt: das Glücksrad.

Die Grundidee und deren Umsetzung. Jeder, der möchte (einzige Einschränkung ist die Teilnahme ab 18 Jahren), hat die Möglichkeit, im Internet (www.healthandsun.de) am Glücksrad zu drehen; ein einfacher Mausklick auf das abgebildete Glücksrad genügt. Auf der Homepage ist detailliert beschrieben, wie das Glücksrad funktioniert, sodass alle Fragen schnell geklärt werden können. Fol-

gende Punkte gilt es zu beachten: Pro Gewinnzyklus kann dreimal am Glücksrad gedreht werden, sodass die Möglichkeit besteht, einen Sofortpreis mit einem Rabatt zu gewinnen.

Die Kooperationsunternehmen bieten zum Beispiel Gutscheine an, wie 50% Rabatt für einen Neukunden (Friseure,

„Über 70 Unternehmen sind am Glücksrad beteiligt“

Wellness), einen Monat kostenloses Training, Training ohne Aufnahmegebühr und einen kostenfreien Fitnesscheck (Fitnessstudios) oder 10% global auf alle Leistungen. Grundsätzlich hat jeder Kooperationspartner die Möglichkeit, einen Preis anzubieten, der ihm sinnvoll erscheint. Zur besseren Übersicht wurden allerdings sich gleichende Preise in Gruppen zusammengefasst (siehe <http://www.healthhandsun.de/gewinne.html>). Dadurch haben die Kooperationspartner die Chance, ohne direkten Kapitaleinsatz Aufmerksamkeit zu erzeugen und Kunden zu gewinnen bzw. zu binden. Es wird also ein hoher Multiplikator für die teilnehmenden Unternehmen geschaffen.

Sobald ein Preis durch das Klicken auf den entsprechenden Button angenommen wurde und die Angaben zur eigenen Personen gemacht wurden (Name, Alter usw.), erhält der Teilnehmer automatisch ein PDF mit seinem Gewinn zugemalt, den er dann ausdrucken kann, um ihn vor Ort einzulösen. Gutscheincodes, Barcodes etc. können in die PDF-Datei ebenfalls integriert werden (siehe Abbildung). Zudem wird in jedem Gewinnzyklus ein Hauptgewinn verlost. Hier wurde bisher z.B. ein iPhone, eine Wii Konsole, ein halbes Jahr kostenfrei A1 fahren und 500 Euro in bar von den einzelnen Kooperationspartnern als Gewinn bereitgestellt. Sobald ein Glücksrad-Teilnehmer auf das Feld „Hauptgewinn“ kommt, nimmt er an der Verlosung teil. Die Verlosung des Hauptgewinns findet dann am Ende des Gewinnzyklus statt. Die Übergabe des Hauptgewinns steht immer in Verbindung mit einem Treffen vor Ort, der Veröffentlichung auf dem Glücksrad und in Internetseiten sowie mit Berichten in der örtlichen Presse (siehe <http://www.healthhandsun.de/news.html> und <http://www.bestesonne.de>).

Die Auslosung erfolgt komplett technisch über das System. Gewinnbenachrichtigungen und sämtliche weiteren Aktionen laufen ebenfalls automatisiert über das System ab. Die Aufwendungen für das Glücksradssystem beschränken sich somit auf die Anlage der Preise, die Partner- und Newspfleger. Die Umsetzung des Systems wurde mit einem Content Management System (CMS) gelöst, sodass das Glücksrad ohne Programmierkenntnisse aktuell gehalten werden kann. Diese Arbeiten werden von einer Mitarbeiterin im Hause übernommen.

Werbemaßnahmen. Die direkten Investitionskosten für Werbemaßnahmen wurden für das Glücksrad bewusst klein gehalten. Kooperationsunternehmen können sich verschiedene vorgefertigte Banner für die Verlinkung auf ihrer Internetseite herunterladen. Ebenso erhalten alle teilnehmenden Unternehmen einen Link vom Glücksrad; dies ist für die Vernetzung, aber auch für das Google-Ranking von Vorteil. Zudem wurden ein Flyer und ein Plakat entworfen, die in den Sonnenstudios und den Partnerunternehmen ausgelegt bzw. ausgestellt wurden. Darüber hinaus wurde das Glücks-



Wer beim Glücksrad einen Preis gewonnen und angenommen hat, bekommt einen Gutschein wie diesen als PDF-Datei zugeschickt



WEB

Wer am Glücksrad drehen möchte und nähere Informationen zu diesem Modell haben möchte, erhält diese unter www.healthhandsun.de

IHRE MEINUNG

Was halten Sie von der Glücksrad-Aktion? Stimmen Sie ab auf www.tan-biz.de



rad durch Berichte in der lokalen Presse, der IHK-Zeitschrift und auf der Internetseite des Sonnenstudios promotet.

Die bisherigen Resultate. Als erfolgreichste Maßnahme stellte sich für Sonnenstudio No.1 die Kooperation mit einer lokalen Disco und deren Flirtportal heraus. Hierüber wurden über 85.000 Klicks auf dem Glücksrad generiert. Insgesamt wurde die Glücksrad-Internetseite seit dem 1. April 2010 rund 185.000 angeklickt. Die Seite wurde laut Google Analytics von ca. 85.000 verschiedenen Besucher 240.000-mal aufgerufen.

Die weiteren Ergebnisse fielen wie folgt aus: Es meldeten sich 3.350 Benutzer beim Glücksrad an, die ca. 6.500 Gewinne erhielten. Für den Newsletter des Sonnenstudios No.1 konnten 1.900 neue Abonnenten gewonnen werden. Die Internetseite des Sonnenstudios No.1 wurde allein über das Glücksrad von ca. 1.500 neuen Besuchern aufgerufen. Zudem konnten über das Glücksrad zahlreiche neue Kooperationen eingegangen werden, wie zum Beispiel mit einer weiteren Diskothek, die den Kunden des Sonnenstudios No.1 einen Gutschein über 10 Euro beim Besuch gewährt, was bei der Zielgruppe sehr rege angenommen wurde. Außerdem konnten die lokalen Kooperationen über diese Plattform gefördert werden. Ein Beispiel ist die Zusammenarbeit einer örtlichen Pizzalieferkette mit dem Sonnenstudio und einer Car-Wash-Kette. Hierbei wurde dem Kunden nach einer Autowäsche eine kleine Pizza kostenfrei übergeben, auf deren Verpackung ein Gutscheinaufdruck des Sonnenstudios in Höhe von 3 Euro angebracht war.

Mittlerweile haben sich über 70 Unternehmen am Glücksrad beteiligt. Dazu zählen neben vielen kleinen Unternehmen auch bekannte regionale Größen, wie zum Beispiel Autohäuser, Reisebüros, Radiosender, Energieversorger, Autowaschketten, Schwimmbäder und Restaurants.

Edgar Beheim