

Cause Related Marketing

Abverkaufsaktionen

Um was geht es?

Aus dem Verkaufserlös eines bestimmten Produktes fördern Sie gezielt ein Projekt. Dieses Modell funktioniert sowohl im B2C- (Unternehmer-Endverbraucher) als auch im B2B-Bereich (Unternehmer-Unternehmer).

Beispiel B2C: Aus dem Verkauf jeder Packung Dinkel-Nudeln der Marke „Muster“ gehen XY-Cent an ein Projekt.

Beispiel B2B: Aus dem Verkauf jeder Kosmetiklieferung gehen € XY an ein Projekt.

Was müssen Sie als Unternehmen wissen/beachten?

Eigentlich ist nichts Besonderes zu beachten. Sie wählen lediglich das Produkt aus, entscheiden intern, ob Sie einen Teil Ihrer Verkaufsmarge spenden oder ob Sie Ihre Spende auf den Verkaufspreis aufschlagen und legen fest, wie lange die „Aktion“ läuft. Für Ihr Unternehmen ist es eine normale Spendenausgabe und über den Spendenwert erhalten Sie von uns eine steuerabzugsfähige Spendenquittung.

Fazit

Von Ihnen initiiertes und gefördertes soziales Engagement steigert die Motivation Ihrer Mitarbeiter um ein Vielfaches und trägt zur Stärkung des Teamgeistes bei. Ebenso erwarten Kunden von Unternehmen immer mehr, sich sozial zu engagieren, und gestalten ihr Kaufverhalten entsprechend. Die Markentreue ist umso höher, je mehr sich Ihre Kunden mit Ihrem Unternehmen und Ihren Aktivitäten identifizieren.

Kontakt:

Carsten Schmitz

Vorstandsstab Netzwerk, Fundraising, Finanzierung

Tel.: 0178/2772381 ++ Mail: carsten.schmitz@hohenfried.de