Digitales Couponing
Kundenbindung einfach, schnell und sicher

APOlesson im Rahmen der
expopharm Impuls 2021

Christian Krüger und Christian Ruß
Netzgesellschaft Deutscher Apotheker mbH

Kommentierte Version mit:

Christian Krüger
Geschäftsführer

Christian Ruß
Leiter Produktentwicklung

Herausforderungen im Markt

Neue Prozesse sind notwendig

Kommunikation **zwischen Patient und Apotheke** wird auf digitale Kanäle verlagert

→ Die Apotheke muss für den Kunden überall erreichbar sein, offline und **online.**

Die Chance für Apotheken

persönliche Beratung und **individueller Service** + bestehende **Technologien und Angebote** in der digitalen Welt = **konkurrenzlose Servicequalität** bei Erreichbarkeit und Warenverfügbarkeit!

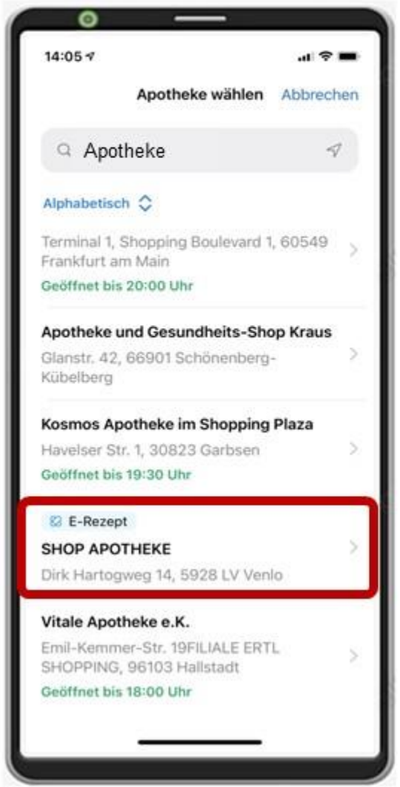
Nicht erst seit dem Startschuss für das eRezept findet sich die Apotheke mit den Herausforderungen stetiger Digitalisierung konfrontiert.

Die Konkurrenz in der Digitalen Welt wird größer – und die Kundennähe und der Kundenservice für die Präsenzapotheke dadurch immer wichtiger.

Den Apotheken muss es gelingen, Ihre Beratungs- und Serviceleistung vor Ort mit modernen Technologien zu verbinden, um die Kunden auch über Digitale Kanäle zu erreichen.

Warum engagiert sich die NGDA?

Die Entscheidung ist online nur 1 Klick entfernt



Der Versandhandel **dominiert** die digitalen Kanäle.

Der Patient kann und wird durch die **Marketingaktivitäten des Versandhandels** beeinflusst werden.

Das betrifft auch Zusatzverkäufe der Patienten, welche begleitend zu den Rezepten getätigt werden.

Apotheken müssen auch online Ihre Serviceangebote ausweiten!

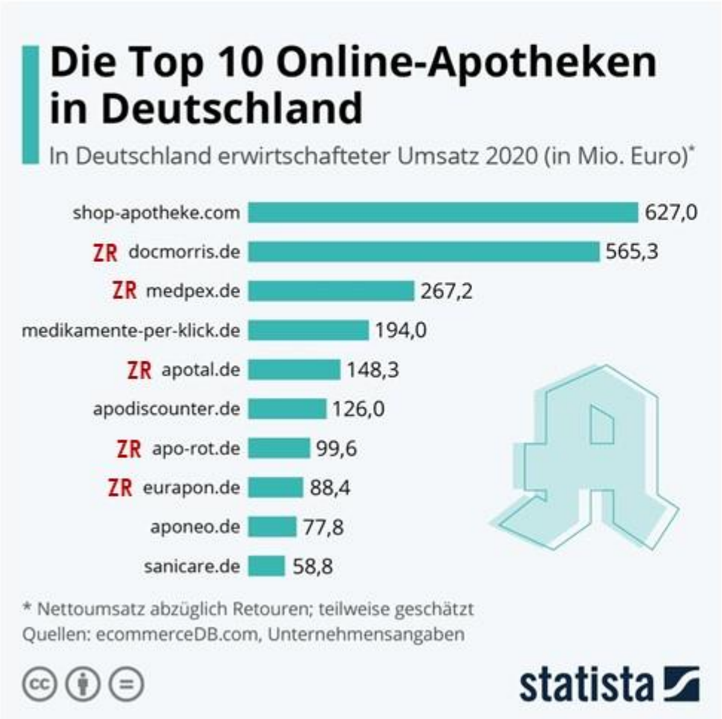
FOTOS: gematik e-Rezept APP

Am Beispiel der gematik-App für das eRezept kann man gut erkennen, wie nah die Entscheidungswege für eine Präsenzapotheke und eine Versandapotheke für den Patienten werden.

Die Apothekentür selber ist nicht mehr entscheidend, da Patienten ihren Rezeptwunsch prinzipiell sogar schon in der Arztpraxis direkt nach Empfang der Verordnung ausdrücken können.

Digitale Kanäle aber werden vom Versandhandel dominiert… und die NGDA möchte Apotheken dabei unterstützen, ihr Serviceangebot für Ihre Kunden zu erweitern.

Warum engagiert sich die NGDA?
Öffentliche Apotheken im Wettbewerb stärken



ZR - Zur Rose Group: über 1,1 MRD Umsatz

Der Versandhandel investiert Millionen in Marketing und hat auch enorme Erfahrung beim Bespielen digitaler Kanäle.

Couponcodes, Gutscheine und weitere verkaufsfördernde Maßnahmen sind im Versandgeschäft etabliert und weit verbreitet.

Wie kann die Apotheke vor Ort den Kunden ein attraktives und nachhaltiges Angebot machen?

Auf alleine über 1 Mrd. Versandhandelsumsatz kommt ein erheblicher Prozentsatz davon als Marketingbudget. DocMorris, Shop-Apotheke und ihre diversen Mitbewerber dominieren das Vorabendprogramm im Fernsehen und in weitaus deutlicherem Maße auch die Onlinewelt.

Die Apotheke muss sich also über unterschiedlichste Wege und Serviceangebote in den Köpfen der Patienten bemerkbar machen… z.B. über Incentivierungsmöglichkeiten, die auch nachhaltig wirken und nachgewiesenermaßen funktionieren.

QUELLE: statista, eigene Recherche

Digitales Couponing

Die Grundlagen sind bereits vorhanden

Im Jahr 2020 belief sich die Anzahl der Smartphone-Nutzer in Deutschland auf **60,7 Millionen**.

Durch die Pandemie ist auch die ältere Bevölkerung mit Smartphones vertraut, sei es zur Anmeldung in Restaurants oder auch beim Besuch von Veranstaltungen.

Quelle: ABDA

Für junge Menschen sind Loyalty-Programme über digitale Kanäle längst selbstverständlich.

Beispiele:
Payback, Amazon Prime, Lufthansa Miles & More

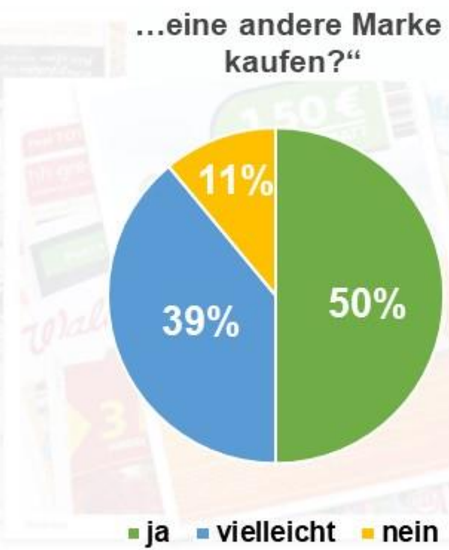
QUELLE: Payback (https://www.payback.de/coupons/info)

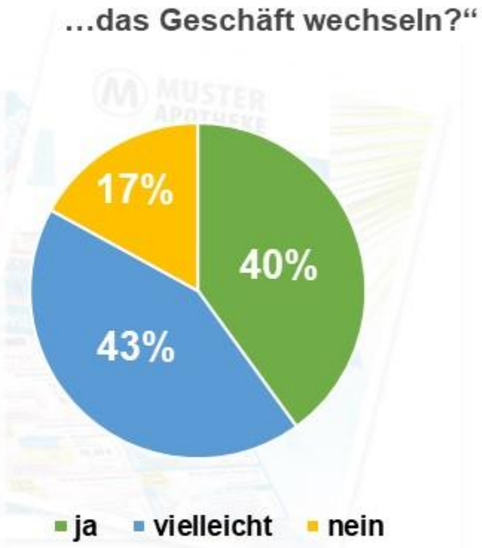
Dass Couponing funktioniert, weiß man schon seit über 100 Jahren. Es bedient ein grundlegendes Bedürfnis des Menschen, nämlich das Glücksgefühl, quasi als Belohnung, weil der Kunde durch sein eigenes Mitwirken etwas Sparen kann.

Durch die Verbreitung der Smartphones steht mittlerweile auch eine Infrastruktur zur Verfügung, in der Coupons schnell und punktgenau an einen Empfänger adressiert werden können. Der Handel nutzt diese Möglichkeiten bereits massiv, für junge Menschen ist es normal, wenn sie über ihr Smartphone an Loyalty-Programmen teilnehmen.

Warum Couponing?

“Würden Sie mit Coupons….





Coupons sind einfach, messbar und mit Ihnen können Zielgruppen punktgenau adressiert werden. Je nach Attraktivität der Kampagnen führen die Aktionen zu **höherer Kundenfrequenz** und auch zu **mehr Umsatz**.

QUELLE: statista

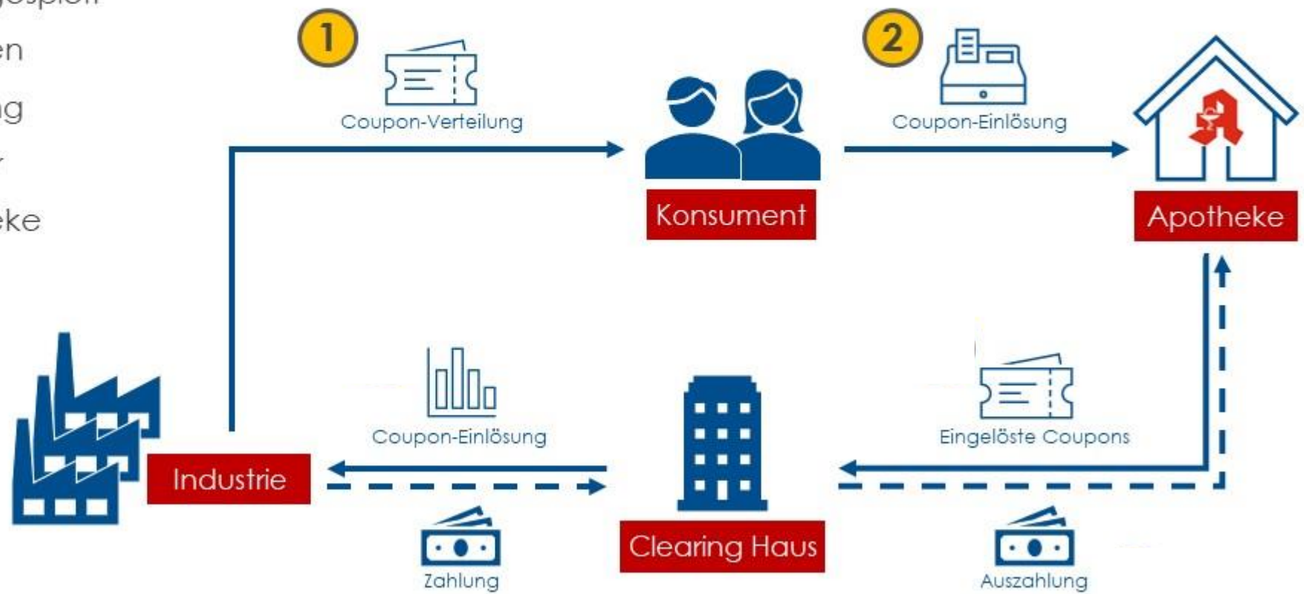
Umfragen belegen die Bedeutung für den Verbraucher. Der Einfluss von Coupons geht sogar so weit, dass er bei vergleichbaren Produkten die Kaufentscheidung und sogar signifikant die Wahl des Geschäfts beeinflussen kann.

Auch wenn der Versandhandel bereits seit langem mit Coupons und Rabatten arbeitet, können Apotheken sich genau dieses Werkzeug ebenfalls zunutze machen.

Wie funktioniert Couponing?

Der Clearing Kreislauf

1. Coupons werden ausgespielt
2. Einlösung durch Kunden
3. Einreichen zum Clearing
4. Clearing durch Partner
5. Auszahlung an Apotheke



Lassen wir den Ablauf heute mal an einem Beispiel durchgehen.

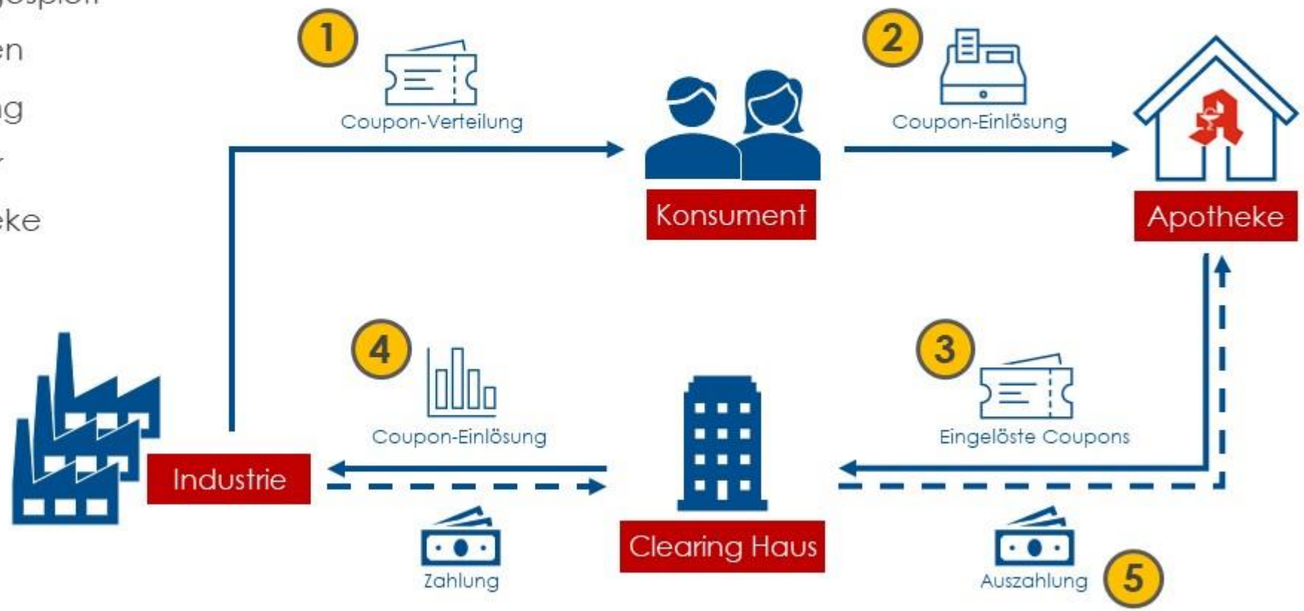
Der Hersteller gewährt auf ein Produkt einen Rabatt von 2 EUR und spielt entsprechende Coupons in einer Kampagne (1) aus.

Der Kunde bringt den Papier-Coupon, den er aus einem Magazin oder einer Zeitung erhalten hat, in die Apotheke mit (2).

Wie funktioniert Couponing?

Der Clearing Kreislauf

1. Coupons werden ausgespielt
2. Einlösung durch Kunden
3. Einreichen zum Clearing
4. Clearing durch Partner
5. Auszahlung an Apotheke



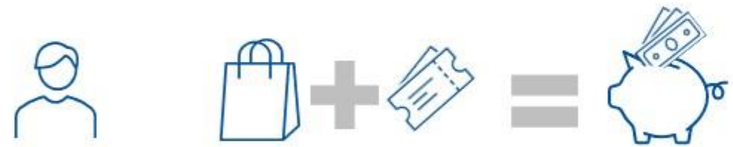
In der Apotheke wird der Coupon manuell entgegengenommen und geprüft, ob er akzeptiert werden kann. Der Kunde erhält den Rabatt an der Kasse und die Apotheke berechnet einen um 2 EUR geringeren Kaufpreis(3).

Der Coupon wird ans Clearinghaus weitergeleitet, das mit der Verrechnung beauftragt ist (4).

Der Apotheke wird dieser Rabatt zu 100 Prozent gutgeschrieben. Die Apotheke erhält eine monatliche Gutschrift (5).

Clearing von Standardcoupons

- Ein Coupon, der in der Apotheke eingelöst wird, bringt direkten Vorteil bei dem aktuellen Einkauf.



Die Ersparnis wird dabei komplett von der Industrie getragen, die Apotheke verliert keinen Ertrag.

Wertcoupons
in EUR oder in %

(auch Gutscheine)

Coupons mit Warenbezug

(vom Hersteller ausgespielt)

In Apotheken sind nur rezeptfreie Produkte möglich

QUELLE: apoKREATIV, Verein für Konsumenteninformation

Die Apotheke kann so im Preismarketing aktiv werden, ohne dabei ihre eigene Marge zu gefährden. Die Ersparnis wird beim Couponing komplett vom Hersteller getragen. Gleichzeitig können Apotheken von den bedeutenden Marketingmöglichkeiten der Industrie ebenfalls profitieren.

Selbstverständlich sind in Apotheken Couponaktionen nur für rezeptfreie Produkte möglich.

Ablauf heute

Manueller Aufwand für …

- Prüfung
- Einreichen
- Summieren
- Clearing
- Abgleich des Kassenbons

Was kann man besser machen?

Die Verarbeitung von Coupons muss in die Kasse und somit **in den Verkaufsprozess** vollständig integriert werden!

Aber: wie kann man eine zeitnahe Umsetzung für alle öffentlichen Apotheken erreichen?

QUELLE: arcado, Apotheke Hiddesen, Vitasprint

Apotheken, die bereits Erfahrungen mit Coupons gemacht haben, werden wissen:
Das Handling rund um die Abrechnung und Einlösung ist ziemlich aufwändig und vor allem komplett parallel zum sonst so sauber in die Warenwirtschaft integrierten Verkaufsprozess abzuwickeln. Das macht Arbeit, sorgt für Fehler und trägt nicht zum Attraktivitätsgewinn von Coupons für die Apothekenmitarbeiter bei.

Ablauf heute

Manueller Aufwand für …

- Prüfung
- Einreichen
- Summieren
- Clearing
- Abgleich des Kassenbons

Was kann man besser machen?

Die Verarbeitung von Coupons muss in die Kasse und somit **in den Verkaufsprozess** vollständig integriert werden!

Aber: wie kann man eine zeitnahe Umsetzung für alle öffentlichen Apotheken erreichen?

Eine Umstellung auf eine elektronische Lösung mit voller Integration in die Apothekensoftware vereinfacht die Vorgänge zur Ausgabe und Einlösung von Coupons dramatisch, sodass die Apotheken zukünftig in viel stärkerem Maß von diesem wichtigen Marketinginstrument profitieren können.

Mehraufwände vermeiden

Angebote müssen in die Abläufe in der Apotheke integriert werden!

- Neue Angebote und Services zur Kundenbindung müssen in der Apotheke schnell umsetzbar sein
- Kundenrelevante Prozesse müssen in der WAWI umgesetzt sein!

Herausforderung:

Die Integration neuer Angebote in die Apothekenabläufe kostet Zeit und Entwicklungsaufwand.

Die Lösung:

Kräfte bündeln, Standards schaffen, Synergien nutzen!

ADAS und NGDA arbeiten an einer Standardlösung für Couponangebote in öffentlichen Apotheken.
Start der Branchenlösung: Q4 2021

Die Integration neuer Angebote und Dienste in die Warenwirtschaft ist aufgrund der Vielzahl an Beteiligten in der gesamten Kette jedoch keine einfache Aufgabe und schon gar keine, die eine Apotheke ohne Partner für sich alleine lösen kann.

Nicht zuletzt seit der Zusammenarbeit bei securPharm tauschen sich ADAS und NGDA bereits eng miteinander aus mit dem Ziel, eine schnellere Bereitstellung neuer Angebote durch Nutzung vorhandener Technologien und Ausbau von Standards zu ermöglichen. Beim Couponing konnte dies erstmals angewendet werden, denn für einen bundesweiten Start eines neuen Angebotes muss de facto eine Branchenlösung geschaffen werden.

Was muss eine Branchenlösung leisten?

Apotheken-Alltag

SCHRITT 1

Scannen

Der Kunde kommt in die Apotheke und das Apothekenpersonal scannt den Coupon

SCHRITT 2

Validieren

Die Prüfung des Coupons sowie die Rabattierung erfolgen vollautomatisch durch die Kassen-Software

SCHRITT 3

Verrechnen

Der Clearing-Partner verrechnet die Rabattwerte in vereinbartem Rhythmus

*CCP: Coupon Clearing Plattform

Technische Basis

ADAS Standardschnittstelle
Die Abwicklung erfolgt unabhängig vom Coupon-Clearing-Provider über eine von der ADAS entwickelte Schnittstelle.
→ Abwicklung über einen Marktstandard aller SWH

Neutraler Relay-Server
Für alle Validierungsanfragen und zum Schutz von kritischen Apothekendaten stellt NGDA einen zentralen, skalierbaren Coupon-Relayserver (CRS) für alle Datenkassen bereit
→ einheitliche und sichere Anbindung aller Apotheken

Clearing-Partner
Gesicherte monatliche Abrechnung gewährleistet

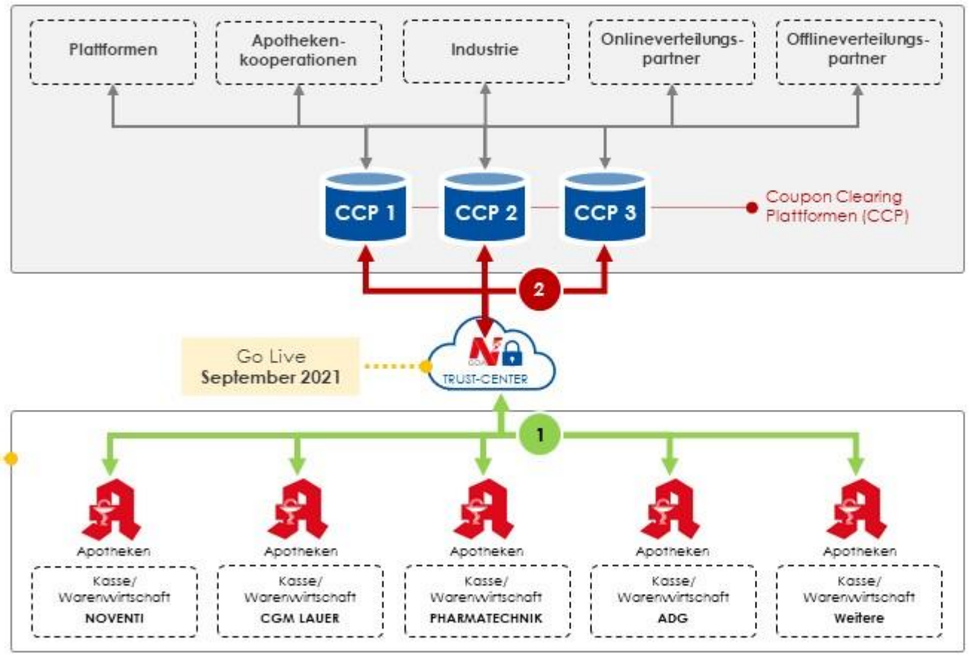
Einheitliche Identitäten für den Datenaustausch
Zur elektronischen Authentifizierung der Apotheken wird die N-ID verwendet, welche in 100% der öffentlichen Apotheken in Deutschland vorhanden ist

Da es mehrere Coupon-Anbieter für Apotheken gibt, ist deren Anbindung für die Softwarehäuser eine große Herausforderung – man kann keine Vielzahl unterschiedlicher Anbieter unterstützen sondern benötigt einen Standardweg, wie Coupons an der Datenkasse abgebildet werden.

Die notwendige Standardschnittstelle ist seit 2019 in der Entwicklung.
NGDA hat das Knowhow für schnelle skalierbare Übertragungen und kann zudem mit N-Ident die Identitäten beisteuern, mit denen Apotheken sich an einem Dienst anmelden.

Etablierte Wege nutzen

Nutzung bereits vorhandener Identitäten und Scanner in Verbindung mit Standardschnittstelle



In der Umsetzung: Erste Go-Live einzelner Softwaresysteme voraussichtlich **ab Sept 2021** weitere Systeme folgen evtl. in **Q3/Q4 2021**

2 Schnittstelle für die Anbindung von Coupon-Clearing-Providern an das Trust-Center
Verantwortlich: **NGDA**

1 A2B-basierte Standardschnittstelle für Apothekencouponing für Apothekensoftwaresysteme
Verantwortlich: **ADAS**

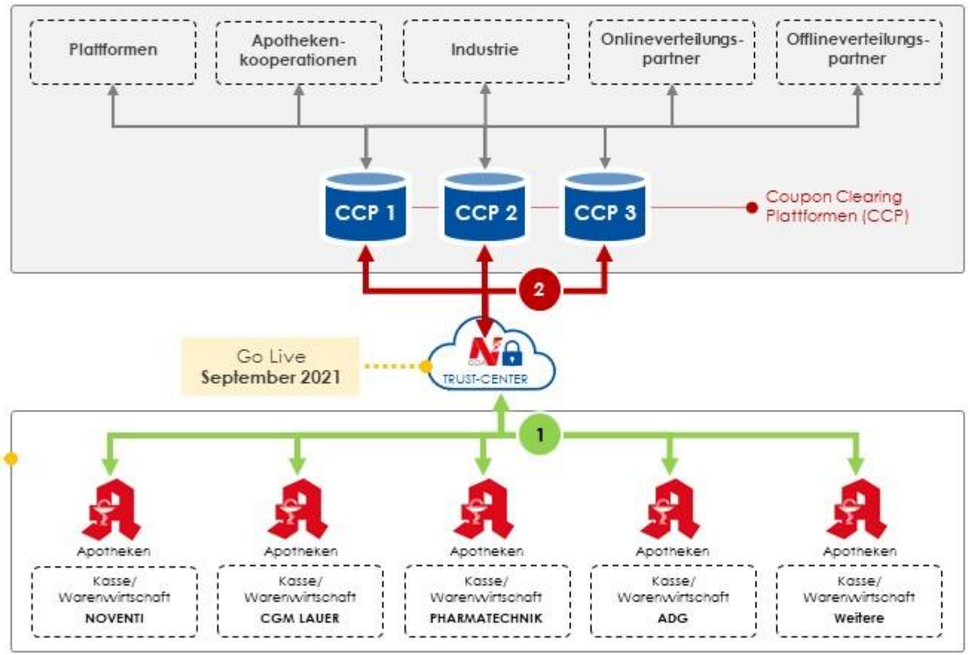
→ Entwicklungs- und Supportaufwand werden reduziert
→ einfache Integration weiterer Anbieter möglich
→ Lösung schnell flächendeckend verfügbar

Während die Apothekensoftwarehäuser ihre Standardschnittstelle für Apothekensoftwaresysteme umsetzen, hat NGDA einen zentralen Server entwickelt, der von allen Apotheken auch die Couponanfrage entgegennimmt.

An dieses Coupon-Gateway können sich die Couponing-Anbieter anschließen. Das Routing zum richtigen Anbieter übernimmt NGDA.

Etablierte Wege nutzen

Nutzung bereits vorhandener Identitäten und Scanner in Verbindung mit Standardschnittstelle



In der Umsetzung: Erste Go-Live einzelner Softwaresysteme voraussichtlich **ab Sept 2021** weitere Systeme folgen evtl. in **Q3/Q4 2021**

2 Schnittstelle für die Anbindung von Coupon-Clearing-Providern an das Trust-Center
Verantwortlich: **NGDA**

1 A2B-basierte Standardschnittstelle für Apothekencouponing für Apothekensoftwaresysteme
Verantwortlich: **ADAS**

→ Entwicklungs- und Supportaufwand werden reduziert
→ einfache Integration weiterer Anbieter möglich
→ Lösung schnell flächendeckend verfügbar

Der Systemaufbau hat große Vorteile für alle Beteiligten, der Entwicklungsaufwand muss nur einmal vorgenommen werden, zudem werden Inbetriebnahme und Support weitaus weniger komplex. Auch die Couponing-Anbieter müssen nur einen Weg umsetzen, um die Apotheken technisch erreichen zu können.

Was wird zum Start möglich sein?

Vom Relay Server in Version 1 unterstützte Dienstmerkmale

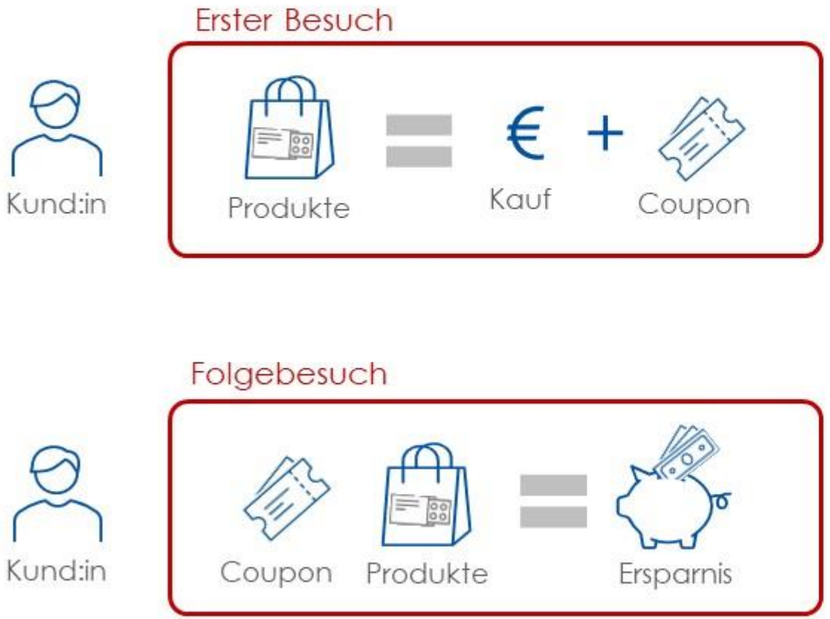
- Der CRS unterstützt zum Betriebsstart zwei grundlegende Dienstmerkmale:
  1. **Einlösen** von Coupons – auch als „Coupon-**Clearing**“ bezeichnet
  2. **Abrufen** von Coupons – auch „**CheckOut**-Couponing“

- Im Falle von Coupon-Clearing sind sowohl eine Exklusivität zwischen Apotheke und einem CCP als auch eine nicht-exklusive Beziehung zwischen Apotheke und mehreren CCP möglich
- Im Falle von CheckOut-Couponing (CoC) ist gemäß ADAS-Spezifikation **zum Betriebsstart** lediglich eine Exklusivität zwischen einer Apotheke und einem CCP möglich

Zu Beginn wird das System bereits neben dem klassischen Coupon-Clearing, dessen Ablauf vorhin schon beschrieben wurde, auch das Check-Out-Couponing unterstützen.

Was sind Checkout Coupons?

Funktionalität in der ersten Version bereits unterstützt



- Durch Kaufverhalten des Kunden ausgelöste Apotheken Coupons
- Incentivierung zur Kundenbindung durch Coupons auf Kassenbeleg
- Abruf möglicher Coupons durch Coupon-Provider
- Motivation für Wiederholungsbesuch
- Apotheke kann Coupons gezielt als Anreiz einsetzen
- Optionale Ergänzung

Checkout-Coupons werden bedingt durch das Kaufverhalten eines Kunden generiert und sollen ihn zu einem Wiederholungsbesuch motivieren. Der Kunde erhält neben seiner Ware auch einen Coupon für einen Folgeeinkauf. Durch die persönliche Übergabe entsteht eine andere Bindung zum Unternehmen, Apotheken können die Checkout-Coupons gezielt als Anreiz einsetzen.

Beim Wiederholungsbesuch geschieht das Clearing dann auf klassischem Weg.

Marktoffenes Modell

Grundsätzliches

1. Die Infrastruktur für digitales Couponing ist offen für alle Apothekensysteme und **ausschliesslich alle öffentlichen Apotheken** in Deutschland bereit.

→ Softwareanbieter müssen die ADAS-Couponing-Schnittstelle in Ihrem Kassensystem umsetzen
→ Die Apotheken müssen sich mit dem Couponing-Modul in Ihrer WaWi einmalig am Coupon-Relay-Server registrieren.

Die Anbindung an den CRS sowie die gesamte Infrastruktur ist für Apotheken kostenfrei

2. Die Infrastruktur für digitales Couponing ist offen für alle interessierten Coupon-Provider und Coupon-Clearing-Plattformen (CCP)

→ CCP müssen zur Teilnahme einmalig Ihre Couponplattform an den Coupon-Relay-Server der NGDA anbinden. NGDA stellt dazu einen Implementierungsleitfaden für Anbieter, eine Testumgebung, sowie technische Unterstützung bereit.

Damit jede Apotheke selber entscheiden kann, ob und mit welchen Couponpartnern sie arbeiten möchte, ist das System bewusst marktoffen konzipiert.

Jedes Softwarehaus kann das Modul in seine WAWI integrieren. Sobald der Softwareanbieter das Couponing-Modul umgesetzt hat, steht der Zugang zum Coupon-Relayserver jeder öffentlichen Apotheke kostenfrei zur Verfügung.

Alle Anbieter von Coupons bzw. alle Coupon-Clearing-Plattformen können sich ebenfalls an das System anbinden.

Zusammenfassung

Die Lösung über NGDA und die Vorteile für die Apotheken

- Kostenfrei für Apotheken: Keine Kosten für Anbindung an Coupon-Dienst
  Keine Kosten für neue Hardware
- Schnelle Reaktionszeiten: Apotheken können flexibel auf neue Angebote reagieren
- Zeitersparnis im Handverkauf: Entlastung des Personals durch automatisierte Abfragen
  Aufwändige Personalschulungen sind überflüssig

- **Einfacher Ablauf und sichere Abrechnung:**
  - EINFACH: Die Prüfung der Coupons erfolgt vollautomatisch.
  - EINFACH: Das Sammeln und Einsenden von Papier-Coupons entfällt zugunsten einer automatischen Abrechnung.
  - SICHER: Keine Übermittlung rezeptpflichtiger Produkte möglich
  - SICHER: Nur relevante Daten aus den Warenkörben werden an die CCP übermittelt

Die Vorteile sprechen für sich. Apotheken erhalten noch in diesem Jahr Zugriff auf neue Services, mit denen Sie Wettbewerbsnachteile gegenüber Versandapotheken aufholen können. Die dafür notwendigen Prozesse werden in die WAWI und damit in den Handverkauf integriert.

Aus Sicht der öffentlichen Apotheken ist es auch ein sehr positives Signal, dass sich hier alle Marktpartner zusammengetan haben, um rechtzeitig für den Start des eRezeptes einen neuen sinnvollen Service anbieten zu können und das Beste: die Finanzierung des Systems wird durch die Marktpartner übernommen.