**Reload please! – en färsk undersökning om hur företag kan dra ännu mer nytta av ett elektroniskt presentkortsprogram**

****

*En ny undersökning av presentkort från CreditCards.com och Bankrate.com visar att detaljhandeln i allt högre grad ber oss att registrera och ladda om våra kort.*

*”Att göra presentkortsmottagare till mer lojala och frekventa kunder genom att be dem att registrera sig och ladda om sina presentkort är en av branschens största trender”, säger Michael Hursta, vice vd för First Data Prepaid Solutions. "Det skapar en ny dynamik där handlarna kommer veta mer om de konsumenter som har deras kort, och därför kommer kunna ge dem mer personliga erbjudanden och incitament", säger han.*

*Möjligheten att registrera och återanvända ett presentkort förbättrar även kundupplevelsen eftersom det reducerar risken med att förlora ett kort eller få det stulet. ”När människor förlorar presentkort som inte är registrerade, är det inte så annorlunda från att tappa pengar på gatan. Du kan aldrig räkna med att få tillbaka det. Men om du registrerar ditt presentkort och sedan förlorar kortet, kommer många återförsäljare tillåta dig att överföra saldot till ett nytt kort” säger Hursta.*

*”Fokus på att förbättra kundupplevelsen återspeglar en sund industri”, säger Brian Riley, forskningsledare för forskningsföretaget CEB Towergroup. ”Konsumenter tycker om presentkort eftersom de är okomplicerade och lättillgängliga. Du kan inte missa dem i utbudet hos de flesta större återförsäljarna", säger Riley.*

*Även om presentkort tidigare kan ha ansetts vara en opersonlig sista-minutengåva, är så inte längre fallet eftersom man i det stora utbud av presentkort som finns tillgängliga kan välja ett som vänder sig till någon med specifika intressen. Många återförsäljare erbjuder också nya nivåer av personalisering. Till exempel har Starbucks lagt till ett presentkort med punktskrift i sitt sortiment. Vissa återförsäljare kommer med innovativa kampanjer för att driva digital presentkortstrafik. Starbucks meddelade för inte så länge sen att konsumenter med både ett Twitter-konto och ett Starbucks-konto skulle kunna tweeta sina vänner en e-gåva kaffe.*

*”För många är presentkortet den första kontakten med företaget. Ta därför vara på möjligheten att ge dem en positiv upplevelse långt innan de ens har besökt butiken. Presentkortet ska inte ses som vilken produkt som helst, utan som ett verktyg för försäljning och marknadsföring”, säger L-G Haedge, Marknadschef på Retain24.

Länk till källa, där mer information och statistik finns:*

http://www.creditcards.com/credit-card-news/2013-gift-card-survey-1271.php?aid=2741cce8&rss\_lnk=25