

W okresie przedświątecznym każdy staje przed dylematem związanym z wyborem odpowiednich prezentów. Doskonale rozwiązanie tego problemu zaproponowała sieć elektromarketów Media Expert wprowadzając na stałe do swojej oferty karty prezentowe przygotowane przez epay Polska.

Dzięki nowej usłudze klient sklepów ze sprzętem Multimedia/RTV/AGD może nabyć i zasilić kartę kwotą do 1000zł, a następnie подарować ją wybranej osobie.

Posiadacz karty ma możliwość zakupu dowolnych produktów oferowanych w jednym z 225 elektromarketów Media Expert zlokalizowanych głównie w galeriach i parkach handlowych. Podstawowym obszarem działania Media Expert są miasta do 100 tysięcy mieszkańców. Wprowadzenie nowej usługi przez Media Expert wpłynie na zwiększenie zainteresowania asortymentem sklepów w okresie przedświątecznym i stanowi uzupełnienie strategii – Najlepsze Marki, Najniższe Ceny.

Karta prezentowa Media Expert jest odmianą karty подарunkowej epay i stanowi ekwiwalent bonów towarowych, ale zyskuje nad nimi znaczącą przewagę dzięki dodatkowym korzyściom dla wydawcy karty, takimi jak gwarancja wykorzystania środków finansowych zgromadzonych na karcie, a dla klienta: możliwość dokonywania płatności częściowych, aż do wyczerpania środków zgromadzonych na karcie, a także uzupełnienie salda karty. Ponadto firmy, które zdecydują się skorzystać z karty подарunkowej firmy epay mogą dopasować cechy karty do swoich potrzeb, nie tylko poprzez wybór odpowiedniej wizualizacji, ale również określenie jej wartości, terminu ważności, czy dodatkową personalizację karty.

„Konsument ma dużą dowolność w kwestii wyboru, na co i kiedy przeznaczy środki z karty. Może bezpiecznie nimi dysponować nie tylko w punktach handlowych wydawcy karty, lecz także w ramach sklepu internetowego. Ponadto, może liczyć na udział w programach lojalnościowych i akcjach promocyjnych prowadzonych przez wydawcę karty. Te czynniki prowadzą do wzrostu zaufania klientów, a co za tym idzie zwiększenia wolumenu sprzedaży i budowania przewagi konkurencyjnej firmy” - komentuje Piotr Adamek, Wiceprezes Zarządu firmy Bankomat24/ Euronet, właściciela marki epay Polska.

Sieć detaliczna wprowadzając kartę подарunkową ma szansę na poszerzenie grupy swoich klientów i budowanie wśród nich świadomości swojej marki. „Rozpoczyna się swoisty łańcuszek: klient danego punktu, kupujący w nim kartę подарunkową, automatycznie przyczynia się do powiększenia grona konsumentów danego sklepu. Odbiorca karty, realizując prezent, może stać się kolejnym lojalnym klientem. Korzyść odnoszą wszystkie strony: obdarowujący, obdarowywany i akceptant karty, który właśnie pozyskał nowego klienta” – podsumowuje Dawid Kulbicki, Product Development Manager epay Polska.

Karty подарunkowe mogą zostać nabyte w punktach sprzedaży, poprzez terminale płatnicze i zintegrowane systemy kasowe lub na stronach internetowych partnera. Klient może zdefiniować nominały karty подарunkowej, które zostaną nadrukowane na produkcie lub określić wartość karty podczas zakupu. Do obsługi kart подарunkowych firma epay udostępniła system, który posiada wiele pomocnych obu stronom transakcji funkcji dodanych, jak choćby wydruk pozostałej do wykorzystania kwoty na paragonie lub możliwość sprawdzenia salda na dedykowanej stronie internetowej, obsługę wielu walut w ramach pojedynczej karty oraz dedykowaną platformę internetową do zarządzania programem kart подарunkowych. Autoryzacja każdej transakcji dokonywana jest w trybie on-line, co zabezpiecza m.in. przed przekroczeniem dostępnego na karcie salda czy użyciem karty nieaktywnej.

W przypadku, gdy środki dostępne na karcie подарunkowej okażą się niewystarczające, osoba korzystająca z produktu może dokonać dopłaty do wartości zakupu za pomocą gotówki, karty płatniczej lub innej karty подарunkowej. Klient może również wyrazić chęć posiadania karty z możliwością jej doładowania, co pozwala na wykorzystania karty także po wyczerpaniu środków pierwotnie zgromadzonych na karcie.