Warszawa, 25 listopada 2020 roku

**Budżet z przedłużonym terminem ważności**

**Tegoroczne budżety marketingowe w większości firm zmieniały się jak w kalejdoskopie. Ambitne plany na początku roku, później pandemia i wstrzymanie jakichkolwiek działań. Po oswojeniu sytuacji powolny powrót do nowej normalności. Uzasadniona ostrożność w inwestowaniu w** **działania reklamowe czy akcje wsparcia sprzedaży sprawiła, że część z firm w ostatniej chwili podjęła decyzję o odmrożeniu budżetów. Co zrobić z zaoszczędzonymi pieniędzmi, które mogą przepaść wraz z nadejściem stycznia?**

Ostatni miesiąc roku to czas dla działów marketingu i sprzedaży, by wykorzystać posiadany lub odmrożony w ostatniej chwili budżet. W obliczu tak niepewnej sytuacji trudno było to lepiej zaplanować. Dlatego czyszcząc budżet warto postawić na inwestycje, które nie tylko go zabezpieczą, ale również przedłużą i dadzą szansę na jego elastyczne wykorzystanie w kolejnym roku, a także przyniosą dodatkowe oszczędności.

**Cała naprzód**

Wygląda na to, że po okresie ograniczania wydatków sytuacja powoli się stabilizuje. Firmy, nie tylko te duże, widzą potencjał działań wsparcia sprzedaży w obecnych okolicznościach rynkowych. Wiedzą, że przyjmując postawę ofensywną, kiedy inni chowają głowę w piasek, mają szansę zyskać przewagę rynkową. Należy przy tym działać rozważnie, a każdą wydaną w kryzysie złotówkę traktować jako inwestycję w przyszłość firmy. Warto postawić na efektywne rozwiązania, które będą miały wpływ na wyniki sprzedaży w kolejnych miesiącach.

„*Po tygodniach niepewności i ograniczaniu wydatków na marketing firmy inwestują w projekty wsparcia sprzedaży, które pomagają im wrócić na ścieżkę wzrostu i zażegnać skutki kryzysu. Warto przede wszystkim zadbać o to, aby niewykorzystane lub odmrożone w ostatniej chwili środki w budżecie przenieść na przyszły rok*. *Dobrym rozwiązaniem są karty przedpłacone, kupony premiowe i cyfrowe eVouchery, które można wykorzystać jako nagrody w programach lojalnościowych, programach wsparcia sprzedaży czy upominki dla kontrahentów oraz handlowców w dogodnym momencie nawet za kilka tygodni czy miesięcy” –* powiedziała **Justyna Klimuk,** **Incentive Product Portfolio Manager w Sodexo Benefits and Rewards Services Polska.**

**Nagrody gwarantowane**

Kiedy wiadomo już, że wykorzystanie budżetu w bieżącym roku nie jest możliwe, najważniejsze staje się przedłużenie terminu ważności środków w taki sposób, który umożliwi też swobodne dysponowanie nimi w kolejnych miesiącach. Przy tak wymagających oczekiwaniach lepiej postawić na pewne i sprawdzone rozwiązania, które są łatwe w dystrybucji oraz nie wymagają magazynowania. Taką opcją jest przedpłacona **Karta Premiowa**, która może być wykorzystana w kolejnych miesiącach w dowolnych akcjach wsparcia sprzedaży zarówno krótko, jak i długo terminowych takich jak loteria, konkurs, sprzedaż premiowa „buy & get” czy program lojalnościowy. Dzięki wielokrotnym doładowaniom minimalizujemy koszty logistyczne nagród. Karty nie wymagają dużej przestrzeni magazynowej, a sam zakup zwolniony jest z podatku VAT – to oznacza oszczędność na poziomie 23%! Poza tym to rozwiązanie szczególnie cenione przez uczestników akcji wsparcia sprzedaży, czyli konsumentów, klientów, partnerów czy własne siły handlowe za swobodę wyboru finalnej nagrody.Ponadto ma funkcję bezpiecznych płatności zbliżeniowych, w tym do 100 złotych bez PIN-u oraz możliwość dokonywania płatności mobilnych telefonem za pomocą Google Pay. Niezawodne w programach wsparcia sprzedaży są również **Kupony Premiowe**, które zna każdy. Akceptowane są w ponad 50 tys. punktów w całej Polsce, w tym przez sklepy spożywcze, drogerie i stacje benzynowe, które pozostają otwarte nawet wtedy, gdy podczas wzrostu zachorowań zamyka się sklepy z innym asortymentem. Zakupione dziś kupony będą ważne aż do 30.06.2022 r. i podobnie jak karty zwolnione są z podatku VAT.

**Wirtualne nagrody – realne korzyści**

W przypadku akcji marketingowych wymagających natychmiastowego nagradzania lub kierowanych do rozproszonej grupy odbiorców doskonale sprawdzają się eVouchery i Wirtualna Karta Premiowa. Dzięki swojej cyfrowej formie umożliwiają szybkie, bezproblemowe przekazanie nagród nawet bardzo licznej grupie odbiorców, bez angażowania pośredników i bez potrzeby produkowania, pakowania, magazynowania, fizycznej wysyłki oraz związanych z tym dodatkowych wydatków. **eVoucher** to przekazywany drogą elektroniczną emailem lub smsem kod o określonej wartości, który można zrealizować w wybranej sieci sklepów np.: Biedronka, Żabka, Zalando, Allegro, Empik czy RTV Euro AGD także online, a więc bez wychodzenia z domu. Różnorodność eVoucherów Sodexo pod kątem dostępnych kategorii, marek czy nominałów gwarantuje dopasowanie nagrody do potrzeb każdego biznesu, akcji i odbiorców. Natomiast **Wirtualna Karta Premiowa** jest cyfrowym odpowiednikiem klasycznej karty wydanej na platformie Mastercard. Ma wszystkie cechy tradycyjnej karty płatniczej, czyli numer, datę ważności, jak i kod CVC. Można ją dodać do portfeli mobilnych Google Pay i Apple Pay, jest akceptowana w sklepach stacjonarnych oraz Internecie, umożliwia też wypłaty z bankomatów.

Skuteczny sposób na zabezpieczenie nadwyżki w budżecie marketingowym czy sprzedażowym powinien zakładać możliwość skorzystania z niej w nadchodzących miesiącach. Ważną kwestią jest również bezpieczeństwo związane z logistyką i magazynowaniem. Nagrody Sodexo pozwalają nie tylko zrealizować powyższe założenia, ale też odetchnąć z ulgą, ponieważ można je zamówić nawet w ostatniej chwili, a czas realizacji zamówienia wynosi maksymalnie 72 godziny.

**Kontakt**:

Marta Zagożdżon, tel. +48 605 073 929, e-mail: m.zagozdzon@contrust.pl

O Sodexo

Grupa Sodexo to światowy lider w zakresie rozwiązań podnoszących jakość życia. Od ponad 50 lat jest strategicznym partnerem dla firm i instytucji, które kładą nacisk na efektywność, lojalność, zaangażowanie i zadowolenie pracowników oraz partnerów biznesowych. Zatrudniając 460 000 pracowników w 72 krajach jest 19. największym pracodawcą na świecie. Grupa Sodexo świadczy usługi dla nieruchomości (Sodexo On-site Services) oraz usługi motywacyjne (Sodexo Benefits and Rewards Services), obsługując każdego dnia ponad 100 milionów konsumentów.

O Sodexo w Polsce

Sodexo Benefits and Rewards Services w Polsce, od ponad 21 lat, odpowiada za transformację świadczeń pozapłacowych - wspiera firmy w motywowaniu, budowaniu zaangażowania i zadowolenia pracowników (Employee Experience) oraz wyznacza kierunek rozwoju narzędzi angażowania i lojalizowania kontrahentów, klientów i sił sprzedaży (Incentive & Recognition). Wyznaczając nowe trendy na rynku, spółka jako pierwsza wdrożyła m.in. przedpłaconą kartę zbliżeniową, płatności mobilne kartami przedpłaconymi, a także czasową blokadę karty zamiast jej zastrzegania. Na szeroki wachlarz oferowanych rozwiązań, będących odpowiedzią na rzeczywiste potrzeby odbiorców, składają się od kart przedpłaconych wydawanych z polskim bankiem, przez szeroki katalog nagród, e-nagród i tradycyjnych kuponów aż po kompleksową obsługę złożonych rozwiązań motywacyjnych.

Rzetelność i najwyższą jakość świadczonych usług docenili zarówno użytkownicy jak i eksperci branżowi. W Polsce z oferty spółki skorzystało 50 tysięcy zadowolonych Klientów i ponad 3,5 miliona użytkowników. Kartami przedpłaconymi wydanymi przez Sodexo wykonywanych jest nawet pół miliona transakcji tygodniowo! Marka Sodexo otrzymała m.in. tytuł Business Superbrands oraz nagrodę Złota Jakość Roku, a Aon, światowy ekspert ds. zarządzania kapitałem ludzkim, przyznał Sodexo certyfikat najlepszego pracodawcy – Aon Best Employer™ na poziomie globalnym i lokalnym. Za ekspertyzą firmy przemawia nie tylko liczba zrealizowanych projektów, globalne doświadczenie, stosowane technologie, ale przede wszystkim dostęp do wiedzy na temat rzeczywistych potrzeb i motywatorów różnych grup odbiorców - pracowników, w tym sił sprzedaży, partnerów biznesowych, kontrahentów.