**Voucher daje większą prywatność niż nagroda rzeczowa**

**Dlaczego voucher może być lepszym prezentem niż smartwatch czy czajnik? W tym przypadku klient lub pracownik sam wybiera sobie nagrodę, nikogo o tym nie informując. Jedną z korzyści jest więc większa prywatność.**

Klienci, ale także pracownicy, lubią dostawać prezenty. Obecnie już 2/3 dorosłych Polaków deklaruje uczestnictwo w programach lojalnościowych, a udział ten z roku na rok rośnie (tak wynika z badania przeprowadzonego przez ARC Rynek Opinia).

Jednak program programowi nierówny – odmienne mogą być zarówno zasady przyznawania nagród, jak i same prezenty. Mogą to być np. wyznaczone z góry przedmioty (np. każdy uczestnik dostaje maskotkę), rozmaite przedmioty wybierane z katalogu nagród, czy w końcu **karty przedpłacone, bony i vouchery**. Co przemawia na korzyść tej ostatniej grupy?

**Moja nagroda – moja sprawa**

Obecnie zwracamy coraz większą uwagę na prywatność – w różnych obszarach życia. W Internecie wiele osób używa aplikacji blokujących reklamy i stara się tak konfigurować ustawienia, aby udostępniać jak najmniej danych na swój temat. A surowe przepisy, jakie obowiązują w Unii Europejskiej w zakresie ochrony danych osobowych jeszcze bardziej uczuliły nas temat przekazywanych danych – również poza siecią, w szkołach, placówkach zdrowia czy urzędach.

W tym kontekście nagrody będące voucherami zyskują kolejne punkty w oczach nagradzanych nimi osób. W szczególności może to dotyczyć programów skierowanych do pracowników lub kontrahentów (choć nie tylko!).

Jeśli uczestnik wybiera nagrodę z katalogu, organizator programu (np. pracodawca) dowiaduje się o preferencjach uczestnika (np. pracownika). Obawy z tym związane bywają irracjonalne, ale jednak mogą wpływać na dokonywane wybory. Np. ktoś bardzo by chciał wymienić zdobyte punkty na zestaw garnków, ale obawia się, jak taki wybór zostałby odebrany przez szefa czy pracowników. Czy nie wezmą go za „kurę domową” lub „pantoflarza”? Wybór każdej kolejnej nagrody może sprzyjać innym stereotypom i w skrajnej sytuacji być pretekstem do kpin.

*- Różnego rodzaju bony pozwalają uniknąć takich sytuacji. Nawet, jeśli nagrody są przyznawane w ramach programu pracodawcy, nikt w miejscu pracy nie musi wiedzieć, w jaki sposób pracownik wykorzysta otrzymany bon* – mówi **Michalina Gromek** z serwisu NagrodyB2B, który zapewnia nagrody organizatorom programów lojalnościowych.

Podobnie, jeśli handlowiec będzie obdarowywał najskuteczniejszych kontrahentów w terenie voucherami, nie dowie się, na co konkretnie taki voucher zostanie wymieniony. Również w przypadku programu dla klientów w sklepie – kupujący nie musi wskazywać konkretnego przedmiotu z katalogu, a bon po prostu wykorzysta podczas kolejnych zakupów.

**Karta podarunkowa – nie każda taka sama**

Pod pojęciem kart podarunkowych mieści się wiele rozmaitych upominków. Wymieńmy główne kategorie.

**Karty przedpłacone (pre-paid)** – wyglądają jak karty płatnicze, jednak nie muszą być równoznaczne z posiadaniem innych usług w banku, który wydał kartę. Kartę można wielokrotnie doładowywać. Z karty można korzystać podczas wszelkich zakupów, a nawet wypłacać gotówkę z bankomatu.

**Karty premiowe** – działają tak samo, jak karty przedpłacone, ale są wydawane poza bankami. Np. karta Sodexo umożliwia realizowanie płatności w ponad 460 tys. punktów w Polsce, za granicą i przez Internet. Kartę można powiązać z aplikacją Google Pay, aby płacić telefonem. W tym przypadku również można wypłacać w bankomacie środki znajdujące się na karcie. Karta premiowa może być spersonalizowana zgodnie z życzeniami zamawiającej firmy, czyli np. zawierać logo.

**Bony i vouchery** – mogą mieć postać kartonika lub karty plastikowej. W przeciwieństwie do kart pre-paid, vouchery zazwyczaj wykorzystuje się jednorazowo lub do osiągnięcia określonego limitu kwotowego. Często mają też określoną datę ważności, po przekroczeniu której bon traci ważność. Organizator programu może zaproponować bony do wybranych sieci sklepów (np. sportowych, jubilerskich, elektronicznych, odzieżowych). Istnieją także „zbiorcze” vouchery, które można realizować w wielu punktach różnych sieci handlowych. W takim przypadku część nagrody można przeznaczyć np. na modną bluzkę czy torebkę, a część na elektroniczny gadżet lub coś praktycznego z kategorii AGD.

**E-vouchery i e-bony** – to odpowiedź na potrzeby nowoczesnych konsumentów. Zamiast plastikowej karty nagrodzona osoba otrzymuje plik z kodem kreskowym, który pokazuje np. na telefonie podczas zakupów. Taki e-bon może być wykorzystany również podczas zakupów internetowych! Jest to rozwiązanie proste, a przy tym ekologiczne. Również z punktu widzenia organizatora zamówienie e-voucherów będzie tańsze i szybsze – nie trzeba w tym przypadku czekać na zaprojektowanie i wydrukowanie kart.

**E-bilety** – to sposób, aby ofiarować nie tylko nagrody materialne! Mogą to być bilety do kina, teatru czy filharmonii. Najczęściej wybieraną opcją jest jednak kino. Obdarowana osoba sama zdecyduje kiedy i na jakim film chce się wybrać. Ponadto można też iść na seans z dzieckiem czy kolegą, więc taką nagrodą łatwo podzielić się z bliskimi. W pracy taki prezent pomoże pracodawcy budować wizerunek organizacji zainteresowanej dobrym samopoczuciem pracowników.

**Bony podróżne** – to droższa opcja, pozwala jednak na obdarowanie niezapomnianymi przeżyciami. Taki bon można przeznaczyć nie tylko na wycieczkę czy wczasy w wybranym biurze podróży, ale także na rejsy statkiem lub bilety lotnicze. Środki przypisane do bonu można wykorzystać także na rezerwację hoteli i samochodów oraz na ubezpieczenie podróży. Nagroda tego typu zapewnia swobodę w planowaniu wyjazdu i wyborze terminu. Obdarowany sam zdecyduje dokąd i z kim się wybierze.

*- Zauważmy, że w ramach jednego programu lojalnościowego można zaproponować uczestnikom wiele różnych nagród do wyboru. Mogą więc sami wybierać pomiędzy kartami przedpłaconymi, tradycyjnymi bonami czy e-voucherami* – podpowiada przedstawicielka serwisu NagrodyB2B*. – Można iść jeszcze dalej i dodatkowo zaproponować także katalog nagród rzeczowych, dla tych, którzy wolą „konkretne” prezenty* – podkreśla.

Jednak w przypadku voucherów, nawet bez katalogu nagród rzeczowych, zapewnimy uczestnikom programu ogromną różnorodność. Inaczej przecież swoje bony wykorzystają miłośnicy sportowej aktywności, a inaczej wielbiciele mody czy entuzjaści elektronicznych nowinek.

Przedstawione wyżej rozwiązania mają tę zaletę, że niwelują koszty magazynowania i dostawy nagród tradycyjnych. Poza tym warto zauważyć, że dokonując zakupu większej ilości kart przedpłaconych, e-voucherów, itp. można wynegocjować niższą cenę, zatem taka nagroda może kosztować mniej niż realna wartość pojedynczego bonu.

Źródło: [Nagrodyb2b.pl](https://nagrodyb2b.pl/)