PROJEKTLEITFADEN / 01

Ein guter Plan. Ein gutes Programm.

Geschenkkartenprogramme: von der Idee zum Betrieb.

Die richtigen Fragen zu Vertriebskanälen, Systemen, Abrechnung und Service. Mit einer Checkliste für Ihr Projekt.

IHRE MARKE. UNSERE UMSETZUNG.

Komplett betreut. Oder gezielt unterstützt.

Für Marketing, Vertrieb, E-Commerce und kaufmännische Abwicklung.
House of Gift Cards ist eine Marke der dialomedia gmbh.

Stand: September 2026

01 / ZIEL UND AUFGABEN

Zuerst das Ziel. Dann die Bausteine.

Ob neues Programm oder bestehendes Geschäft: Ein gemeinsames Zielbild erspart spätere Rückfragen zwischen Marketing, IT, Buchhaltung und Service.

Wofür soll die Geschenkkarte stehen?

Legen Sie fest, welche Zielgruppen und Anlässe Sie erreichen möchten: private Geschenke, Firmenbestellungen oder den Verkauf in Ihren Filialen. Daraus ergeben sich Kartenangebot, Bestellwege und Betreuung.

Was ist vorhanden, was fehlt?

Erfassen Sie Ihre Shops, den Kartenserver, vorhandene Kartenbestände, Zahlungswege und Versandabläufe. Ein bestehendes Programm muss nicht automatisch vollständig ersetzt werden. Entscheidend sind die Aufgaben und Schnittstellen, die ergänzt werden sollen.

Wer übernimmt welche Aufgabe?

Benennen Sie Verantwortliche für Konzept, Markenfreigaben, Technik, kaufmännische Abläufe und Rückfragen. dialomedia kann einzelne Leistungen übernehmen oder mehrere Bereiche zu einem abgestimmten Betrieb verbinden. Spezialpartner werden mit klaren Aufgaben eingebunden.

> **Ihr Ergebnis aus dieser Abstimmung**
>
> Ein kurzer Projektsteckbrief: Zielgruppen, Kartenangebot, vorhandene Systeme, gewünschte Leistungen, Verantwortliche und geplanter Start. Offene Punkte dürfen zunächst offen bleiben - sie brauchen aber einen Ansprechpartner.

02 / DIE PASSENDEN BESTELLWEGE

Nicht jeder Kunde bestellt gleich.

Privatkunden, Firmenkunden und Filialen haben unterschiedliche Anforderungen. Planen Sie die Bestellwege einzeln und verbinden Sie anschließend die Abwicklung.

Kanal	Darauf kommt es an
Privatkunden / B2C	Motivauswahl, Kartenwert, persönliche Botschaft, Bezahlung und Lieferadresse. Bei PictureCard kommt die Gestaltung mit einem eigenen Foto hinzu.
Geschäftskunden / B2B	Größere Bestellungen, freigegebene Firmenkunden, Ansprechpartner und gegebenenfalls Co-Branding. Zahlungsweise, Lieferaufteilung und Aktivierung werden separat abgestimmt.
Filialen und Standorte	Artikel und Mengen je Standort, Lieferadressen und Nachversorgung. Ein Bestellportal kann dabei unterstützen; die erforderliche Automatisierung ergibt sich aus Ihrem Bedarf.

Ein gemeinsamer Datenkern

Über alle Kanäle muss klar bleiben, welche Bestellung zu welchem Kunden, Kartenmotiv, Betrag und Versandauftrag gehört. Unterschiedliche Oberflächen sollten keine unklaren Zuständigkeiten erzeugen.

> **Drei Fragen für Ihre Planung**
>
> Welche Mengen erwarten Sie je Kanal? Welche Optionen braucht der Kunde wirklich? Und welche Sonderfälle - etwa Sammelbestellungen oder abweichende Lieferadressen - müssen von Anfang an funktionieren?

03 / SYSTEME UND KARTEN

Vom Klick zur Karte. Mit klaren Übergaben.

Shop, Verwaltung, Personalisierung und Kartenserver haben unterschiedliche Aufgaben. Daten und Statusmeldungen müssen deshalb zusammenpassen.

Baustein	Aufgabe im Programm
Shop und Verwaltung	Bestellungen annehmen, Produkte und Kunden verwalten sowie Bearbeitungsstände und Zugänge organisieren.
Personalisierung	Motive, eigene Fotos oder Co-Branding einer Bestellung zuordnen. Bei PictureCard werden Gestaltung, Prüfung und Produktion aufeinander abgestimmt.
Kartenerfassung	Karte, Ladebetrag und Bestellung verbinden und die notwendigen Informationen an die beteiligten Systeme übergeben.
Kartenserver	Die vorgesehenen Kartenfunktionen im angebundenen Giftcard-System ausführen. Schnittstellen und Zuständigkeiten mit dem Systempartner klären.

Den Aktivierungszeitpunkt bewusst festlegen

Aktivierung und Versand sind nicht automatisch derselbe Schritt. Je nach Programm kann die Aktivierung etwa nach Erhalt, für eine Firmenbestellung gesammelt oder am Verkaufspunkt vorgesehen sein. Auch Ausnahmen benötigen einen definierten Ablauf.

> **Vor dem Start durchspielen**
>
> Prüfen Sie gemeinsam einen Normalfall und passende Ausnahmen: fehlende Angaben, abgelehntes Motiv, Schnittstellenfehler oder eine Rückfrage zur Aktivierung. Legen Sie fest, wer einen Vorgang weiterbearbeitet.

04 / GELDFLÜSSE NACHVOLLZIEHBAR MACHEN

Viele Kartenbeträge. Eine klare Zuordnung.

Im Tagesgeschäft muss erkennbar sein, welche Zahlung zu welcher Bestellung gehört und wie die vereinbarte Abrechnung mit Ihrem Unternehmen erfolgt.

Bestellung, Rechnung und Zahlung verbinden

Definieren Sie eindeutige Referenzen für Bestellung, Kunde und Zahlung. Je nach beauftragtem Umfang unterstützt dialomedia bei der Rechnungsstellung in Ihrem Namen und dem Zuordnen eingehender Zahlungen.

Auszahlungen und Berichte abstimmen

Legen Sie fest, in welchem Rhythmus abgerechnet wird und welche Informationen Ihre Buchhaltung benötigt. Eine gebündelte Auszahlung kann mit einer nachvollziehbaren Einzelaufstellung verbunden werden. Auch eine Treuhandabwicklung ist ein gesondert abzustimmender Leistungsbaustein.

> **Ein einfaches Planungsbeispiel**
>
> Mehrere Kunden bestellen Karten mit jeweils 15,00 Euro Ladebetrag. Für Ihre Buchhaltung reicht die Gesamtsumme allein nicht: Sie benötigt die Zuordnung zu den einzelnen Bestellungen und den vereinbarten Abrechnungsstatus. Das Beispiel beschreibt die Abstimmungsaufgabe, keinen Musterbuchungssatz.

Ausnahmen gehören in den Prozess

Klären Sie, wie nicht zuordenbare Zahlungen, Abweichungen, Stornierungen und Erstattungsanfragen behandelt werden. Zuständigkeiten, Freigaben und Übergaben an Ihre Buchhaltung werden gemeinsam festgelegt.

05 / LIEFERUNG UND SERVICE

Das Geschenk kommt an. Die Betreuung bleibt.

Ein Kartenprogramm endet nicht mit dem Kauf. Konfektionierung, Versand, Aktivierung und die Bearbeitung persönlicher Kartenfragen müssen zusammenpassen.

Die richtige Karte in die richtige Sendung

Ordnen Sie Karte, Träger, Grußtext und Beilagen eindeutig der Bestellung zu. Bestimmen Sie Verpackung, Versandart und die Regeln für Sammelbestellungen. Bestände und Nachbestellungen sollten rechtzeitig in die Planung einfließen.

Inbound: Fragen rund um die eigene Karte

Auf Wunsch übernimmt dialomedia eingehende Anrufe und den Kundenservice zum Geschenkkartenprogramm. Typische Themen sind Aktivierung, Guthaben, Bestellung oder eine konkrete persönliche Geschenkkarte. Der Service braucht dafür abgestimmte Informationen und Zugriffsrechte.

Antworten vorbereiten, Sonderfälle weitergeben

Definieren Sie vor dem Start, wie Anrufer und Vorgänge zugeordnet werden, welche Auskünfte das Team geben kann und welche Fälle weitergereicht werden. Erreichbarkeit, Bearbeitung, Dokumentation und Eskalationen werden passend zum Programm vereinbart.

> **Ein Testfall, der viel sichtbar macht**
>
> Eine Kundin hat ihre Karte erhalten, kann sie aber noch nicht nutzen. Kann das Team Bestellung und Karte zuordnen, den Status prüfen und den nächsten Schritt erklären? Genau solche Übergaben sollten im Probelauf geprüft werden.

06 / VERTRIEB, AKTIONEN UND STANDORTE

Weiterdenken. Weiter umsetzen.

Rund um das Kartenprogramm entstehen neue Vertriebschancen und operative Aufgaben. Weitere Leistungen können dazukommen oder eigenständig beauftragt werden.

B2B-Vertrieb mit spezialisiertem Partner

Für den aktiven Vertrieb im Geschäftskundenbereich arbeitet dialomedia mit einem qualifizierten Sales-Callcenter-Partner zusammen. Stimmen Sie Zielkunden, Angebot, Gesprächsinhalte und die Übergabe qualifizierter Anfragen ab. Vertrieb, Angebot und Bestellabwicklung sollten ineinandergreifen.

Promotions und Kampagnen abwickeln

Teilnahmebedingungen, Daten und Nachweise müssen zur Aktion passen. Zu den Bausteinen zählen Kampagnenverwaltung, Prüfung von Einsendungen und Kaufbelegen, Rückfragen zu fehlenden Angaben sowie die Abwicklung von Prämien oder Cashback nach den vereinbarten Regeln.

Printartikel für Hubs und Filialen

Auch ohne Geschenkkartenprogramm unterstützt dialomedia bei Printartikeln und der Versorgung von Standorten. Planen Sie Sortiment, Mengen, Produktion beziehungsweise Anlieferung, Zusammenstellung und Lieferadressen. Unterschiedliche Standorte können unterschiedliche Materialpakete benötigen.

> **Vor dem Aktionsstart klären**
>
> Wer liefert und gibt Materialien frei? Welche Mengen gehen an welchen Standort? Wie werden Rückfragen oder Nachbestellungen bearbeitet? Und wie gelangt eine Vertriebsanfrage verlässlich in die weitere Betreuung?

07 / IHRE CHECKLISTE

Gut vorbereitet ins erste Gespräch.

Halten Sie fest, was bereits entschieden ist und welche Punkte wir gemeinsam klären sollen. Diese Übersicht ist Ihr Einstieg in die konkrete Projektplanung.

☐ **Ziel und Umfang**	Zielgruppen, Anlässe und gewünschte Leistungen
☐ **Bestellwege**	B2C, B2B, Filialen und erwartete Mengen
☐ **Kartenangebot**	Motive, Personalisierung, Ladebeträge und Verpackung
☐ **Systeme**	Shop, Verwaltung, Kartenserver und Ansprechpartner
☐ **Abrechnung**	Zahlungswege, Zuordnung, Berichte und Auszahlungen
☐ **Betrieb und Service**	Versand, Aktivierung, Inbound und Eskalationen
☐ **Ergänzende Leistungen**	Sales, Promotions, Printartikel und Standortversorgung
☐ **Projektstart**	Verantwortliche, Freigaben, Terminplan und Probelauf

Lassen Sie uns Ihr Projekt besprechen.

Matthias Neller / Geschäftsführer
m.neller@dialomedia.de / +49 951 20850 860

dialomedia gmbh / Kronacher Straße 92 / 96052 Bamberg

Redaktionelle Grundlage: Leistungsunterlagen und ergänzende Angaben der dialomedia gmbh. Die konkrete Ausgestaltung, Zuständigkeiten und Leistungsumfänge werden für Ihr Projekt vereinbart.