

Groupon zoekt naar nieuwe verdienmodellen

31-05-2012 00:00

Om de oprukkende concurrentie voor te blijven is Groupon bezig met het ontwikkelen van nieuwe verdienmodellen. Zo schrijft zakenkrant The Wall Street Journal. De kortingssite ontwikkelt technologie waarmee winkeliers goedkoop creditcardbetalingen kunnen afhandelen.

Retailers zijn voor de huur van betalingsapparatuur vaak forse bedragen kwijt, die kunnen oplopen tot vijf procent van de omzet. De kosten voor de Groupontechnologie bedragen 'slechts' 1,8 procent van de omzet. Aan dit percentage houdt Groupon waarschijnlijk niets over, omdat het grootste deel naar creditcarduitgevers gaat. De kortingssite biedt de apparatuur dan ook aan niet om geld te verdienen, maar om winkeliers voor zich te winnen.

Groupon test de technologie momenteel bij twaalfhonderd Amerikaanse retailers en hoopt het product snel uit te rollen. De koopjessite werkt daarnaast aan een technologie om loyaliteitsprogramma's te beheren en aan een programma voor planning. Zo hoopt het winkeliers van allerlei diensten te voorzien.

De nieuwe ontwikkelingen moeten Groupon er na een moeilijke periode weer bovenop helpen. Groupon maakte in november een beursgang en zag haar introductiekoers van twintig dollar bijna halveren tot elf dollar.