

Online-Produkttempfehlungen: Service wie im stationären Handel

VON GERALD FIEBIG

Die Schecker GmbH im ostfriesischen Südbrookmerland ist seit über 50 Jahren als Fachgeschäft für Hundebedarf erfolgreich. Um Kunden auch online gute Beratung zu bieten, hat Schecker das Onsite-Marketing-Tool Econda Cross Sell auf Basis des Websale-Shopsystems angebunden.

Die lange Historie der Firma sei für viele Kunden ein wichtiger Grund, gerade Schecker ihr Vertrauen zu schenken, berichtet Geschäftsführer Heinrich Böden von Gesprächen mit Kunden. Das gelte „besonders in der heutigen Zeit, in der so viele Internet-Shops kommen und gehen“, so Böden. Daher legte Schecker vom Start seines Webshops im Jahr 2000 an großen Wert auf umfangreiche Detail- und Hintergrundinformationen zu allen Produkten. Über entsprechende Erfahrung und einen Grundstock an Produkttexten verfügte Schecker bereits über seinen Versandhandelskatalog, der gut angenommen wird und auch dem Umsatz des Webshops zugute kommt. Die Produkttexte konnten hervorragend in den Webshop integriert werden.

Den Einstieg in den E-Commerce begriff man bei Schecker nicht nur als Öff-

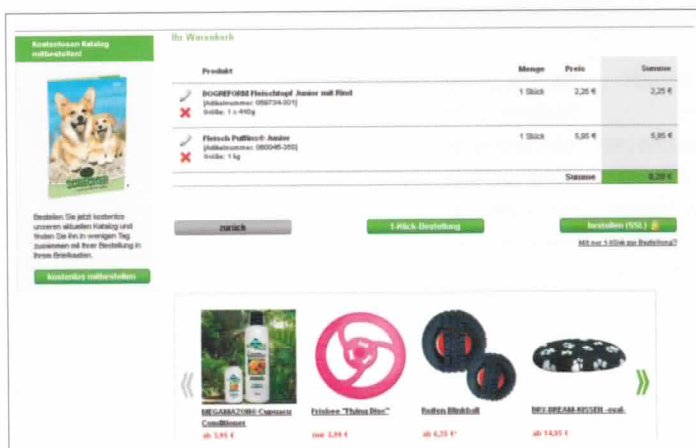
nung eines weiteren Bestellwegs für das Versandgeschäft, sondern als strategischen Schritt zu mehr Interaktion mit Mailorder-Kunden. Um den Shop optimal auf die Bedürfnisse des Kunden ausrichten zu können, suchte man bereits frühzeitig nach Wegen, das Kundenverhalten

im Webshop zu analysieren. Den passenden Dienstleister fand man in den Webanalyse-Spezialisten von Econda, die bereits fast seit dem Start des Webshops für Schecker tätig sind. „Econda wurde uns von Websale empfohlen, die unseren Shop mit ihrem Shopsystem aufgebaut haben und ihn auch in der Websale-Cloud betreiben. Aufgrund der langjährigen Partnerschaft zwischen Econda und

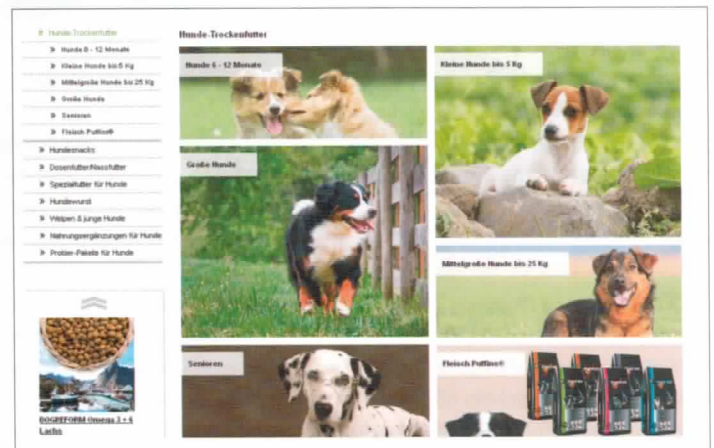
Websale sind deren Systeme intelligent aufeinander abgestimmt, was effizient unser Tagesgeschäft unterstützt und einen enormen Zeitvorteil verschafft“, berichtet Christian Oltrop, der als IT-Leiter und Prokurist bei Schecker den Betrieb des Webshops verantwortet.

Durch den Komplettservice, den Websale aus einer Hand bietet, kann die Einbindung neuer Features, die von technischen Partnern wie Econda bereitgestellt werden, in kürzester Zeit umgesetzt werden.

Um die aus Econda-Analysen gewonnenen Erkenntnisse über die Präferenzen der Kunden aktiv für das Marketing zu nutzen, ergänzte Schecker seinen Shop zunächst um ein Produkttempfehlungsmodul, das händisch gepflegt wurde. „Wenn man so etwas gut machen will, kostet es viel Arbeitszeit. Deshalb hatten wir schon lange den Wunsch, diese Prozesse zu automatisieren“, erklärt Oltrop.



Bei jedem Aufruf des Warenkorb wird unterhalb des Korbinhalts das hier sichtbare Widget mit den Topsellern der jeweiligen Kategorie eingeblendet. (Bildquelle: Schecker)



Auf der Startseite der Produktkategorie „Hunde-Trockenfutter“ werden im Widget links unten die Topseller dieser Kategorie eingeblendet. (Bildquelle: Schecker)

Als Econda sein Angebot um die Onsite-Marketing-Lösung Cross Sell erweiterte, kam man der Verwirklichung einen entscheidenden Schritt näher, da Cross Sell auch ein automatisches Produktempfehlungsmodul (Recommendation Engine) umfasst. „Aus den vom Shopsystem übermittelten Daten zum Kaufverhalten gewinnt Econda Analysedaten, auf denen die Produktempfehlungen basieren. Dadurch werden die gewonnenen Daten direkt weiterverarbeitet, ohne eine zusätzliche Schnittstelle zu integrieren“, erklärt Christian Oltrop.

KOMFORTABLE LÖSUNG

Schecker beauftragte Econda und Websale mit der Implementierung der Cross-Sell-Produktempfehlung in den bestehenden Shop. „Bereits in der Einführungsphase erwies sich die Lösung als zeitsparend und nach nur acht Wochen Betrieb waren schon erste Erfolge sichtbar“, so Christian Oltrop.

Durch den Komplettservice, den Websale mit Software und Betrieb aus einer Hand bietet, kann die Einbindung neuer Features, die von technischen Partnern wie Econda bereitgestellt werden, in kürzester Zeit umgesetzt werden. Aufgrund der kontinuierlichen Optimierung der Schnittstellen und der seit Jahren eingespielten Zusammenarbeit zwischen den Unternehmen verlief die Anbindung reibungslos. „Da die Produktempfehlung auf Javascript basiert, das in die Shopseiten eingebettet wird, gab es zunächst kleinere Probleme mit der Darstellung in einigen Browsern, weil jeder den Javascript-Code etwas anders interpretiert“, erinnert sich Christian Oltrop. „Durch eine individuelle Anpassung des Javascript-Codes wurde jedoch schnell eine Lösung zur optimalen Darstellung der Produktempfehlungen gefunden.“

Nun erhält jeder Besucher des Schecker-Shops Produktempfehlungen, die immer differenzierter werden, je tiefer er beim Stöbern in das Sortiment einsteigt. Die Navigation im Shop-Menü erfolgt über Produktkategorien. Auf der

Startseite jeder dieser Kategorien werden in einem Empfehlungs-Widget links unten auf dem Bildschirm die Topprodukte aus der jeweiligen Kategorie angezeigt. Klickt sich der Kunde weiter in eine der spezielleren Unterkategorien, erscheinen ebenso im Widget die dort beliebtesten Produkte. Hat der Kunde einen Artikel ins Auge gefasst und betrachtet Produktdetails, werden auf der Seite Produkte eingeblendet, die bereits von anderen Kunden zusammen mit diesem Artikel gekauft wurden. In dem Moment, in dem der Kunde ein Produkt in den Warenkorb legt, erhält er Empfehlungen für weitere Artikel sogar auf zwei Kanälen: Auf der Landingpage im Warenkorb erscheint links ein Widget mit Produkten, die von anderen Kunden gekauft wurden. Unten auf der Landingpage befindet sich ein weiteres Widget mit den Topsellern der Kategorie. Dieses ist auch jedes Mal zu sehen, wenn der Kunde zu seinem Warenkorb zurückkehrt, ohne ein neues Produkt hinzuzulegen. Durch den benutzerfreundlichen Aufbau und die übersichtliche Menüführung des Shops werden die Produktempfehlungen für den Kunden immer sichtbar und stellen somit eine beratende Funktion dar.

Da alle notwendigen Daten direkt aus den Analysen des Econda-Shops in das Produktempfehlungsmodul des Shops eingespielt werden, ist die händische Pflege des Shops durch Mitarbeiter nicht mehr notwendig. So ist es möglich, dem Kunden qualifizierte, an seinem Interesse orientierte Empfehlungen zu geben, die das Beratungsgespräch im Fachhandel abbilden, ohne zusätzliche interne Ressourcen zu bin-

den. Da die zum Teil enormen Rechenoperationen hinter den Econda-Produktempfehlungen ebenso wie der gesamte Shop auf einer Servercloud laufen, muss sich IT-Leiter Oltrop nicht um die erforderliche Rechnerleistung kümmern. Durch den Betrieb in der mehrfach zertifizierten ServerCloud wird dauerhaft eine hohe Performance und Ausfallsicherheit gewährleistet. Schecker gibt dies die Sicherheit, dass auch in Hochleistungszeiten die nötigen Ressourcen für einen reibungslosen Shopbetrieb bereitstehen.

Inzwischen sind die Effekte der Produktempfehlung spürbar. Das Fazit von Schecker fällt daher in technischer wie in wirtschaftlicher Hinsicht positiv aus: „Alles läuft stabil, und die Kunden nehmen die Empfehlungen an,“ so Oltrop. ■

Entdecken Sie die neue

Digital Intelligence Suite

- Digital Analytics Suite
- Marketing Action Center
- Safe Tag
- Testing
- Customer Journey
- User Relationship Management

Call Center Tracking Trusted Networks
Live Analytics Customer Centric
RTB BI-Data Warehouse Retargeting
Recommendation Engine Kohorten
Optimisation DMP 1st Party Cookies
No Data Leakage Sequence Filter Visual Analytics DSP
TV Tracking Newsletter Remarketing App Tracking
Scenario Analytics Raw Data Export

Vereinbaren Sie einen Termin mit uns!

dmexco Stand
Halle 8 C019 D018
www.webtrekk.com


Webtrekk
Drive Your Profit.