

Diese Plattform bringt's: Wie Online-Händler mit der Unterstützung von BSH über die loadbee Plattform ihre Abverkäufe steigern

Case-Study offenbart Conversion Rate Uplift von 25 Prozent

Es ist ein Meilenstein im E-Commerce: Europas größter Haushaltsgerätehersteller, die BSH Hausgeräte GmbH aus München, hat in einem A/B-Test online gezeigt, welche Auswirkungen die richtigen Produktinformationen auf den Abverkauf ihrer Hausgeräte unter den Marken Bosch und Siemens im E-Shop haben. Kamen die Produktinformationen im Test direkt von der BSH selbst, landeten die jeweiligen Produkte öfter im Warenkorb des Onlineshops: Diese sogenannte „Conversion Rate“ stieg nachweislich um 25 Prozent. Hatte der Händler ohne Unterstützung von BSH die Produktinformationen pflegen müssen, wurde entsprechend weniger gut verkauft.



Karel van der Horst

Karel van der Horst, Digital Officer Europe bei der BSH, erklärt: „Das ist ein fantastischer Erfolg. Danach war klar, dass wir unsere Produktinformationen über die loadbee Plattform global ausrollen möchten. Mittlerweile verbreiten wir 15.000 Produkte bei angebundenen Onlinehändlern weltweit und zwar so, wie unsere Marken ihre Produkte dort präsentiert sehen möchten.“

Bestmöglich aufbereitete Produktinformationen für Händler und Endkunden

Die Idee dahinter: die BSH bereitet die Produktinformationen pro Hausgerät für seine Händler und die Konsumenten vorab auf der loadbee Plattform bestmöglich auf. Schaut sich ein Konsument bei einem angebundenen Händler online beispielsweise eine Waschmaschine an, erhält er ohne Umschweife alle Produktinformationen von der Marke ausgespielt. Für den online suchenden Konsumenten werden auf diese Weise Features und Details erklärt, wie nur eine Marke selbst sie erklären kann. Zudem werden Produktinformationen, die als „Herstellerinformation“ ausgewiesen im Unternehmenserscheinungsbild kommuniziert werden, von Konsumenten als verlässlicher eingestuft. Der Konsument sucht deswegen seltener auf weiteren Internetseiten nach zusätzlichen Produktinformationen. Das mindert die Absprungrate des jeweiligen Onlineshops.

Vor allem aber sind die Produktinformationen der Marke vollumfänglich, während Händler oft nur einen Teil der Produktinformationen bereithalten können. Marc Mombauer, Pressesprecher loadbee, erklärt: „Onlinehandel ist sowohl für die Industrie als auch für den Handel eine enorme Herausforderung. Es ist zum Beispiel nicht so, als wollten die Händler online absichtlich weniger Produktinformationen anbieten. Oft ist das Know-how noch nicht vorhanden. Einige Shopsysteme können auch nicht alle vom Endkunden gewünschten Medien, beispielsweise Video, bereitstellen. Egal, wo es auch hakt, die BSH unterstützt mit uns gemeinsam seine Händler proaktiv im E-Commerce.“



Marc Mombauer

Immer topaktuelle Produktinformationen

„Der Händler muss lediglich einen kurzen Java-Code einbinden und erhält für seine Website sofort den Premium Content aller BSH-Hausgerätemarken, die an die loadbee Plattform angebunden sind. Und wir wissen ja, wie wichtig es ist, dass der Content auf der Händlerseite up-to-date ist und wirklich die neuesten Innovationen des Herstellers widerspiegelt. Denn dann verkaufen die Händler viel mehr. Dabei ist der Aufwand so gering! Und genau deswegen ermöglicht diese Lösung Herstellern wie Händlern eine echte Win-Win-Situation“, sagt van der Horst.

Der Prozess ist einfach: Die Händler docken sich an die loadbee Plattform an und schon fließen die Produktinformationen vollumfänglich und im „Look and Feel“ der Marken in die angebundenen Händlershops - in Echtzeit, direkt aus der BSH-Datenbank. Dabei sind die Onlineshops erst der Anfang. Die gebündelten Produktinformationen werden ebenfalls in den Social Media Kanälen der BSH ausgespielt, und auch bei stationären Händlern können sie die Produktkommunikation bereichern. Aber erst einmal soll online weiter ausgerollt werden. „Ein neues Land ist kein Problem, weil wir globale Standards definiert haben. Damit sind wir mit unseren Produktinformationen weltweit konsistent“, erklärt der Digital Officer Europe bei der BSH.

Laut van der Horst wurden rund um die Welt mittlerweile über 13 Millionen Mal Produktinformationen direkt von der BSH in den angebundenen Händlershops angezeigt – Tendenz steigend.

Das komplette Video-Interview finden Sie hier: [Interview Karel van der Horst](#)

Pressekontakt:

Marc Mombauer

PR & Marketing Manager

Tel.: +49 711 914 017 51

E-Mail: marc.mombauer@loadbee.com

