

Plattform-Ökonomie im E-Commerce: Wie Philips online händlerübergreifend seine Produktmehrwerte kommuniziert

Kooperation mit loadbee soll weiter ausgebaut werden

Hamburg – Die innovativen Produkte aus der Philips Personal Health Sparte setzen sich erfolgreich auf einem wettbewerbsintensiven Markt durch. Dafür sorgen im stationären Handel hochwertige POS Aufbauten, im E-Commerce eine gute Kommunikation der Produktmehrwerte. Während sich einige Philips Produkte bereits auf den ersten Blick deutlich vom Wettbewerb absetzen, ist dies bei anderen nicht so offensichtlich. Insbesondere bei Online Käufen ist es deshalb wichtig, dass die einzigartigen Vorteile der Philips Produkte herausgestellt werden. Denn im Onlinehandel fehlt das persönliche Beratungsgespräch des stationären Händlers. Das macht die gezielte Marken- und Produktkommunikation im E-Commerce umso wichtiger. Gerade online ist es oft ein bestimmtes Feature oder ein ansprechendes Produktvideo, das über den Kauf entscheidet.

Um die Produktmehrwerte auch in den Onlineshops seiner Handelspartner bestmöglich zu kommunizieren, setzt Philips auf die loadbee Plattform für Content Syndication. Denn mit ihr kann das Unternehmen seine Produkte vollständig und im eigenen „look&feel“ im jeweiligen Onlineshop präsentieren.

Das Hersteller-Dilemma - und seine Lösung



Nassim Shahsiah

„Mit unseren vielfältigen Produktinformationen, wie Videos und Illustrationen, möchten wir den Endkunden bestmöglich beraten und bei der Kaufentscheidung unterstützen“, erklärt Nassim Shahsiah, E-Trade Marketing Manager bei Philips. „Viele Onlinehändler können unsere Inhalte allerdings nicht vollständig in ihrem Shop darstellen. Deswegen nutzen wir loadbee: Die Händler binden sich einmalig und unkompliziert auf dieser IT-Plattform an und erhalten so unsere gesamten Materialien in Echtzeit direkt von Philips auf ihre jeweilige Produktdetailseite“, so Shahsiah.

Eine Win-Win-Situation für Marke und Händler: Im Moment der Kaufentscheidung erhält der Endkunde umfangreiche Produktinformationen direkt vom Hersteller im entsprechenden Corporate Design. Philips kann eine Auswahl an Materialien für die unterschiedlichen Bedürfnisse der Endkunden anbieten: Denn während den einen Illustrationen oder Texte überzeugen, ist es beim anderen ein Video-Tutorial zum entsprechenden Produkt. Dadurch steigt bei den Händlern, die diese Informationen über die loadbee Plattform beziehen, nachweislich der Abverkauf.

Knapp 2.000 Produkte mit vollumfänglicher Produktinformation verfügbar

Mittlerweile hat Philips für seine Handelspartner knapp 2.000 Produktprofile zu seinen Artikeln auf der loadbee Plattform angelegt. Damit versorgt das Unternehmen derzeit über 60 Onlineshops mit seinem Premium Content. Tendenz steigend. „Für unsere Plattform ist es unerheblich, ob sie 100 oder 100.000 Händler und Marken hostet, oder 100 statt 10 Sprachen. Wir haben Marken, die über uns ihre Händler in Europa, Nordamerika und Russland mit Produktdaten beliefern“, erklärt Marc Mombauer, Pressesprecher loadbee, einen weiteren Vorteil. Die Informationen, die auf diesem Wege bereitgestellt werden, sind dabei sowohl auf dem Desktop, als auch auf mobilen Endgeräten optimiert abrufbar.

Von loadbee profitieren also alle Beteiligten: Das System erleichtert dem Endkunden die Vergleichbarkeit der Produkte und schafft durch valide Informationen eine gute Basis für die Kaufentscheidung. Philips profitiert von der Skalierung der Materialien und einem guten Abverkauf, der wiederum auch den Händlern zugutekommt.

Pressekontakt loadbee:

Marc Mombauer
PR Manager
Tel.: +49 711 914 017 51
E-Mail: marc.mombauer@loadbee.com

Über loadbee

Die loadbee GmbH wurde im Februar 2013 gegründet und ist ein Technologieunternehmen mit Hauptsitz in Echterdingen, direkt am Flughafen Stuttgart. Kernprodukt der loadbee Produktfamilie ist die gleichnamige cloudbasierte IT-Plattform für Content Syndication zur kanalübergreifenden Verteilung von kaufentscheidenden Produktinformationen an alle POS und auf alle digitalen Endgeräte.

Die Produkte von loadbee sind weltweit im Einsatz und werden in Deutschland konzipiert und programmiert. Wir arbeiten eng mit Industrie und Handel zusammen, um eine höchsteffiziente Einsetzbarkeit der Produkte für unsere Kunden am Markt zu garantieren.

Die Idee von loadbee den Endkunden an jedem Punkt seiner Kaufentscheidung mit aktuellen und besten Informationen zu versorgen, ist unser Antrieb. Negative Käuferlebnisse durch fehlende Produktinformationen waren gestern.

Weitere Informationen über loadbee finden Sie unter: www.loadbee.com



Pressekontakt Philips:

Philips GmbH Market DACH
Jeannine Kritsch
Head of Consumer Communication
Telefon: +49 152 228 032 33
E-Mail: jeannine.kritsch@philips.com

Über Royal Philips

Royal Philips (NYSE: PHG, AEX: PHIA) ist ein führender Anbieter im Bereich der Gesundheitstechnologie. Ziel des Unternehmens mit Hauptsitz in den Niederlanden ist es, die Gesundheit der Menschen zu verbessern und sie mit entsprechenden Produkten und Lösungen in allen Phasen des Gesundheitskontinuums zu begleiten: während des gesunden Lebens, aber auch in der Prävention, Diagnostik, Therapie sowie der häuslichen Pflege. Die Entwicklungsgrundlagen dieser integrierten Lösungen sind fortschrittliche Technologien sowie ein tiefgreifendes Verständnis für die Bedürfnisse von medizinischem Fachpersonal und Konsumenten. Das Unternehmen ist führend in diagnostischer Bildgebung, bildgestützter Therapie, Patientenmonitoring und Gesundheits-IT sowie bei Gesundheitsprodukten für Verbraucher und in der häuslichen Pflege. Philips beschäftigt etwa 77.000 Mitarbeiter in mehr als 100 Ländern und erzielte in 2018 einen Umsatz von 18,1 Milliarden Euro.

Mehr über Philips im Internet: www.philips.de