

Schuhe.de ist Premium Partner von loadbee: Marken profitieren kostenlos von bestmöglicher Produktpräsentation IT-Plattform für Produktinformationen liefert Marken Content direkt auf die Produktdetailseite

Auf Schuhe.de finden Kunden aktuell über 100.000 Markenschuhe. Aber welcher ist für sie der richtige? Um keine Kundenfrage unbeantwortet zu lassen, nutzt Schuhe.de auch loadbee, die IT-Plattform für Produktinformationen. Über sie spielen Marken wie Under Armour, Vaude, Ricosta, Geox und Camel active ihren Marken Content direkt und in ihrem Erscheinungsbild in die Produktdetailseiten von Schuhe.de aus.



Alexander Hock

„Um Artikel auf Schuhe.de zu präsentieren, erhalten wir von Marken Produktinformationen in unterschiedlichsten Datenformaten und über etliche Schnittstellen. loadbee nimmt uns Arbeit ab und spielt zusätzliche Marken-Informationen in Echtzeit direkt auf die Produktdetailseite“, erklärt Alexander Hock, Geschäftsführer ANWR Media GmbH - schuhe.de.

Die Produktinformationen der Marke fließen automatisch in das Portal

Um sich an die loadbee Plattform für Produktinformationen anzubinden, hat Schuhe.de einmalig einen mehrzeiligen Java-Script-Code kopiert und auf der Seite integriert. Dadurch läuft der jeweilige Marken Content vollautomatisch in die Produktdetailseiten. Unterschiedliche Datenformate und Schnittstellen spielen keine Rolle. Der gesunkene Datenpflegeaufwand ist dabei nur ein Benefit, den loadbee Schuhe.de und den Marken bietet. Tatsächlich steigen durch die gemeinsame Nutzung der Plattform die Abverkäufe, die Absprungrate und Retourenquote sinken. Aber wie das?

Auf den Produktdetailseiten von Under Armour beispielsweise finden Kunden neben den Stammdaten folgende Rubriken in den Produktinformationen: „Größentabelle“, „UA Technologien“, „Athleten“ und „Videos“ im look&feel von Under Armour. Mit der Größentabelle können Kunden ihre genaue Schuhgröße ermitteln. Ein Fuß mit einer Länge von 22 cm entspricht beispielsweise Schuhgröße Euro 35,5. Durch diese einfache Produktinformation sinkt die Retourenquote, denn der bestellte Schuh passt. Unter UA Technologien finden Kunden in leicht verständlichen Text-Bild-Abfolgen ausgewählte USPs. Die Rubrik Athleten zeigt Testimonials wie den Ski-Fahrer Marcel Hirscher, Tennisspieler Andy Murray und Basketballer Stephen Curry. Unter Video präsentiert Modell Gisele Bündchen die Schuhe beim Work-Out. Neben diesen Produktbotschaften kommuniziert Under Armour auf der Produktdetailseite separat auch seine Markenbotschaft.

„Jeder Kunde ist anders und hat dementsprechend unterschiedliche Fragen an das Produkt. Im Moment der Kaufentscheidung erreichen die Marken über uns jeden Interessenten unmittelbar mit ihrer eigenen und vollumfänglichen Produkt- und Markenbotschaft. Dadurch verlassen weniger Endkunden schuhe.de, um weiterführende Produktinformation zu suchen. Denn es gibt einfach nicht mehr Info. Zudem werden Informationen im Markenercheinungsbild von Endkunden als verlässlicher eingestuft“, erklärt loadbee Pressesprecher Marc Mombauer.



Marc Mombauer

Conversion Rate Uplift von bis zu 25 Prozent

Einen sogenannten Conversion Rate Uplift von bis zu 25 Prozent hat loadbee in anderen Branchen bereits nachgewiesen. Das bedeutet: Kommen die Produktinformationen über loadbee in den Shop, landen 12.500 Produkte im Warenkorb, ohne die vollumfängliche Produktinformation der Marke 10.000. Sieht der Endkunde im Händlershop also diese vollumfänglichen Produktinformationen, kauft er entsprechend mit höherer Wahrscheinlichkeit. Denn gerade online sind vollumfängliche Produktinformationen besonders wichtig, weil dort – anders als auf der Verkaufsfläche – kein Verkaufsberater informiert.

Alexander Hock sagt: „loadbee bedeutet für uns und die Marken tatsächlich einen Win-Win. Durch unsere Marktaktivitäten kommen die Kunden auf schuhe.de. Dort werden sie im Moment der Kaufentscheidung dann von der Marke bestmöglich mit Produktinformationen versorgt. Am Ende des Tages haben dadurch beide – Händler wie Marke – Kunden mit positiven Einkaufserlebnissen.“ Durch die exklusive Partnerschaft mit loadbee können Marken jetzt kostenlos auf schuhe.de von diesem Win-Win profitieren.



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:

Marc Mombauer

PR & Marketing Manager

Tel.: +49 711 914 017 51

E-Mail: marc.mombauer@loadbee.com



Besuchen Sie uns vom 03. bis 04. Juli 2018 auf der K5 Future Retail Conference in Berlin an Stand 47.

