

# MIT ONLINE-PRODUKTBERATUNG AUF DER ERFOLGSSWEGE

Dr. Ing. Ole Tangermann  
excentos GmbH

Blue Tomato, Europas größter Onlinehändler für Surf- und Snowboardprodukte, hat seine Erfolgskennzahlen Conversion Rate, Verweildauer und Warenkorbbhöhe signifikant steigern können. Möglich wurde dies durch den Einsatz von Online-Produktberatungen.

Je umfangreicher das Sortiment in einem Online-Shop ist, desto aufwändiger ist es für den Verbraucher, das für ihn richtige Produkt zu finden. Nach Expertenschätzungen steigen 50 bis 80 Prozent der Shopbesucher über die Produktsuche auf der Startseite eines Online-Shops in das Sortiment ein. Doch wonach soll der Kunde suchen, wenn er lediglich weiß, dass er ein Snowboard kaufen möchte, aber nicht, welches das passende ist? Meist kann er dann nur im Sortiment herumstöbern, vielleicht eine Präferenz zur Marke herstellen. Die Produktsuche hilft also nur dem Kunden, der bereits weiß, welches Produkt er kaufen möchte.

Seite 26

## MANCHE PRODUKTE KANN MAN NICHT OHNE BERATUNG VERKAUFEN

Das Sortiment bei Blue Tomato setzt sich im Wesentlichen aus zwei großen Sortimentsgruppen zusammen: dem Modebereich und Hartwaren – den also eher technischen Produkten wie beispielsweise Snowboards, Bindungen oder Stiefel. „Wir haben erkannt, dass einige unserer Kunden Schwierigkeiten haben, allein über die Kategorien das gewünschte Produkt zu finden“, erklärt Gerfried Schuller, Gründer und Geschäftsführer von Blue Tomato. „Daher waren wir auf der Suche nach einer Technologie, die vor allem solchen Kunden hilft, die zwar wissen, dass sie zum Beispiel ein Snowboard kaufen möchten, aber noch nicht, welches der zahlreichen Modelle am besten für sie geeignet ist.“

Blue Tomato war klar, dass es eine besondere Herausforderung ist, den Kunden zielgerichtet und in wenigen Schritten zum gewünschten Produkt zu führen. Neben einer Freitext-Suche entschied sich das Unternehmen daher, auch einen Produktberater in den Online-Shop zu integrieren. „Wir haben uns – zusätzlich zu einer leistungsfähigen Freitext-Suche – für die Produktberater von excentos einem Spezialisten für Guided Selling Technologien entschieden, weil sie unsere Kunden auf sehr smarte Weise zu unserem Sortiment führen und dabei vor allem die noch unentschlossenen und weniger produktaffinen Personen ansprechen“, erläutert Gerfried Schuller.

## DAS INDIVIDUELL AM BESTEN PASSENDE PRODUKT

Ein Produktberater übernimmt im Online-Shop gleichsam die Aufgaben eines Verkäufers im Ladengeschäft. Er muss die für die Auswahl des Produkts relevanten Fragen an den Kunden stellen und anhand dieser Angaben das perfekt auf den Kunden zugeschnittene Produkt ermitteln. Er stellt die Vor- und ggf. Nachteile des Produktes dar und zeigt Alternativen. Bei Blue Tomato wurden Produktberater für die Sortimentsbereiche Snowboards, Bindungen, Boots, Snowwear und Streetwear eingeführt. Beim Snowboardfinder beispielsweise kann der Kunde über ein Interface seine Körpergröße, sein Geschlecht und seinen Fahrstil angeben und außerdem einstufen, wie gut er fährt. Der Produktberater übersetzt diese Kundeninformationen in Produkteigenschaften, findet das am besten passende Produkt und zeigt dem Kunden zusätzlich, wo er unter Umständen Kompromisse eingehen muss, wenn die Produkte nicht alle Anforderungen erfüllen können.

Eine notwendige Voraussetzung bei der Auswahl der Beratertechnologie war die Präsentation der Produktempfehlungen

# PRODUKTBERATER NEUE

in Echtzeit, sobald der Nutzer Angaben im Produktberater verändert. Wartung und Betrieb der Beratungssysteme erfolgen im Software-as-a-Service-Modell. Sortiments- oder Produkt-Änderungen werden automatisiert über eine Schnittstelle täglich aktualisiert und stellen für Blue Tomato keinerlei Aufwand dar.

## MEHR KONVERSION, HÖHERE WARENKÖRBE, LÄNGERE VERWEILDAUER

Die Analyse der Shop-Statistik hat ergeben, dass sich zentrale Kennzahlen seit Einführung des Produktberaters bei Blue Tomato positiv verändert haben: Nutzer, die den Produktberater verwendet haben, ...

- zeigen eine um 115 Prozent höhere Verweildauer im Shop
- haben einen um 56 Prozent höheren Warenkorbwert
- haben eine um 47 Prozent bessere Konversionsrate

Neben dem Einsatz auf der Website werden die Produktberater auch vom Call Center von Blue Tomato rege genutzt. „Da für viele Kunden das persönliche Gespräch immer noch wichtig ist, um eine sichere Kaufentscheidung treffen zu können, rufen sie bei unserer Hotline an“, erläutert Gerfried Schuller. „Für unser Kundenservice-Team sind die Produktfinder heute eine große Hilfe bei der Kundenberatung.“

## MOBILER SNOWBOARDFINDER ALS IPHONE APP FÜR DIE HOSENTASCHE

Damit Blue Tomato seine trendbewusste Zielgruppe auf allen Kanälen ansprechen kann, bietet der Shop die Produktberater auch als mobile Anwendung für iPhones an. „Wir als Snowboard-Experten möchten für unsere Kunden überall dort ansprechbar sein, wo diese ihre Kaufentscheidung treffen und unseren Rat benötigen. Sei es im Internet, im Ladengeschäft oder auf der Piste“, erläutert Alexander Zezula, Business Development & Marketing bei Blue-Tomato.com. ■

Seite 27



### Erfolgsfaktor Bewegtbild

Steigern Sie Ihren Umsatz durch Videos in Ihrem Online-Shop – mit dem VideoManager von MovingIMAGE24.

### Für Trusted Shops-Kunden jetzt nur 39,00 €/Monat

Mehr Infos: [www.MovingIMAGE24.de/trustedshops](http://www.MovingIMAGE24.de/trustedshops)