

ÜBER DEN KUNDEN

Mit der Vision den besten Online Shop Nord-europas im Bereich Babybekleidung zu schaffen, wurde Babyshop im Jahre 2006 gegründet und begeistert bereits 80.000 Kunden aus über 50 Ländern. Darüber hinaus hat Babyshop namenhafte Preise, wie den jährlichen E-Commerce Award auf dem nordeuropäischen E-Commerce Gipfeltreffen 2011, den Preis für den besten Online Fashion Shop im Bereich Kinderbekleidung, bei den Habit Fashion Awards 2012 sowie erst kürzlich den "E-Commerce des Jahres", bei den schwedischen Retail Awards 2014, gewonnen.

HERAUSFORDERUNG

Die Internationalisierung voran zu treiben und dabei das Markenversprechen eines exklusiven online Einkaufserlebnisses sowie exzellenten Kundenservice, mit einem Mix aus bekanntem und qualitativ sehr hoch wertigen Marken, im Blick zu behalten.

WIESO NOSTO

Die Unterstützung verschiedener Sprachen sowie das Ziel Konvertierungsrate und Warenkorbwerte durch möglichst geringen Aufwand zu erhöhen, konnte durch den derzeitigen Plattformbetreiber nicht erfüllt werden und so machte sich Babyshop auf die Suche nach einer stark individualisierbaren Empfehlungssoftware. Nosto wurde auf Grund seiner umfassenden Funktionen und individualisierbaren Funktionen sowie einer einfachen und risikofreien Implementierung, welche nicht auf die Shopperserver geladen werden muss, gewählt.

Kunden die auf Nosto Empfehlungen geklickt haben....

waren

hatten

verbrachten

sahen sich

konvertierten

81%

7%

66%

126%

77%

wertvoller

höheren durchschnittlichen
Warenkorbwertmehr Zeit auf
der Seite

mehr Produkte an

besser

LÖSUNG

- Toplisten wurden auf der Kategorie- und Unterkategorie-seite hinzugefügt, um die Navigation zu verbessern und die Kunden zu mehr Käufen anzuregen
- Personalisierte Empfehlungen, wie kürzlich betrachtete Artikel, wurden auf der Startseite platziert, um wiederkehrende Besucher zu binden
- Automatische Cross- und up-sell Funktionen wurden auf den Produktseiten hinzugefügt, um die Kunden zu weiteren Käufen zu inspirieren und somit den AOV und die Konvertierungsrate zu erhöhen
- Es wurden Warenkorbbrecher Emails eingerichtet, um die Kundenbindung zu erhöhen

ERGEBNIS

- Kunden die auf Nostos Empfehlungen geklickt haben hatten eine 77% bessere Konvertierungsrate sowie einen 7% höheren AOV als nicht Nostokunden
- Die verbesserte Navigation hat zu einer Erhöhung der auf der Seite verbrachten Zeit um 66% geführt und gleichzeitig die Anzahl der angesehenen Produkte um 126% erhöht.
- Kunden die auf Nosto Empfehlungen geklickt haben, waren 81% wertvoller als nicht Nostokunden
- 11% aller online Umsätze wurden über Nosto generiert
- Warenkorbbrecher Emails haben die Konvertierungsrate um 16,71 % erhöht und somit einen signifikanten Betrag an Umsatz, der normalerweise verloren gewesen wäre, erwirtschaftet

Wir sind sehr glücklich mit der Art wie Nosto in der Lage war unseren Shop zu optimieren und so unsere Konvertierungsrate, den AOV sowie die gesamten Online Umsätze zu erhöhen. Nosto ist darüber hinaus sehr einfach zu optimieren und zu nutzen, was für uns als stark wachsendes Unternehmen, welches in mehreren Märkten operiert, lebensnotwendig ist. Durch die großartigen Funktionen und Benutzerfreundlichkeit von Nosto konnten wir auch noch Geld sparen!

— Magnus Fredin, CEO bei Babyshop



Kundenprojekt: Babyshop

Nosto Empfehlungen haben Besucher von www.babyshop.com in zahlende Kunden konvertiert, welche 77% höhere Konvertierungsraten sowie 7% höhere durchschnittliche Warenkörbe besaßen.

Top Listen auf der Startseite

The screenshot shows the homepage of Babyshop.com with several promotional lists:

- MOST POPULAR IN STORE RIGHT NOW!**: A grid of 8 items including Bugaboo Bee strollers, Mini Rodini jackets, and Young Versace strollers.
- TOPLIST OF THE WEEK - CHILDRENSWEAR**: A grid of 8 clothing items like jackets, hoodies, and t-shirts.
- TOPLIST OF THE WEEK - CHILDREN SHOES**: A grid of 8 shoes including UGG boots, Viking shoes, and Timberland sneakers.
- TOPLIST OF THE WEEK STROLLERS**: A grid of 8 stroller models.

At the bottom, there is a footer with contact information and logos for PayPal, VISA, and Mastercard.

Automatische Up-Sell Funktionen sowie personalisierte Produktempfehlungen auf der Produktseite

The screenshot shows the product page for a yellow rubber boot (Kavat Regn Yellow). It features:

- Product Details**: Price of 29.90 EUR, 'In stock' status, and an 'ADD TO SHOPPING CART' button.
- Navigation**: A sidebar menu with categories like SHOES & SNEAKERS, RUBBER BOOTS, and SANDALS & BALLERINAS.
- Customer Also Bought**: A section displaying 8 related products like other boots and shoes.
- You Have Been Looking At**: A section displaying 6 products that the user viewed recently.
- Item Description**: A detailed text block describing the boot's durability and washability.