

ÜBER DEN KUNDEN

Fun4Kids wurde im Jahre 2004 mit dem Ziel gegründet Kinderspielzeug mit einem hervorragenden PreisLeistungsverhältnis anzubieten. Seit dem ist das Unternehmen zur führenden Outdoor Spielzeug Webseite, mit einem der größten Produktsortimente im Internet sowie täglich wechselnden Angeboten, gewachsen.

HERAUSFORDERUNG

Durch das rapide Wachstum über Marktplätze und Drittanbieter, war es für Fun4Kids an der Zeit die Aufmerksamkeit auf Wachstumsmöglichkeiten im eigenen Shops zu legen. Dieses Wachstum sollte ohne Mehraufwand im Marketing erfolgen, sondern rein auf höheren Konvertierungsraten und Warenkorbwerten basieren.

WIESO NOSTO

Nachdem mehrere Lösungen betrachtet wurden, bot sich Fun4Kids die Chance Ihre Konvertierungsraten sowie Online Umsätze über ein personalisiertes Einkaufserlebnis signifikant zu steigern. So wurde Nosto aufgrund der schnellen Implementierungsgeschwindigkeit sowie dem Geschäftsmodell, welches nur einen Anteil am generierten Umsatz berechnet, gewählt. "Wir haben noch von keinem vergleichbaren Service gehört, der es schafft jeden einzelnen Kunden so kosteneffizient und mühelos anzusprechen, wie es Nosto tut. Aus diesem Grunde haben wir uns für Nosto entschieden und es funktioniert wirklich hervorragend." - Garry Mills, Inhaber von Fun4Kids

Kunden die auf Nosto Empfehlungen geklickt haben...



LÖSUNG

- Automatische Cross-Sell Funktionen wurden auf den Produkt- und Warenkorbseite hinzugefügt, um die Konvertierungsrate und den AOV zu erhöhen
- Auf dem Suchverhalten basierende Produktempfehlungen wurden in der Suche platziert, um die Konvertierungsrate auf der Suchseite zu verbessern
- Top Listen wurden auf der Kategorieseiten hinzugefügt, um die Navigation innerhalb des Shops zu verbessern
- Personalisierte Empfehlungen, basierend auf dem Kaufverhalten der Vergangenheit, wurden auf der Startseite platziert, um die Kundenbindung bei wiederkehrenden Besuchern zu erhöhen
- Warenkorbabbrecher Emails sowie Follow Up Emails wurden implementiert, um verlorene Umsätze zurück zu gewinnen und Up-Selling nach dem Kauf zu ermöglichen

ERGEBNISSE

- Der Kombinationseffekt von onsite und Email Empfehlungen hat die Konvertierungsrate bei Kunden, die Nosto genutzt haben, um 44% sowie den AOV um 20% erhöht
- Die verbesserte Navigation hat zu einer Erhöhung der durchschnittlichen Besuchszeit um 63% geführt
- Der Wert der Kunden die auf Nosto Empfehlungen geklickt haben war 171% höher als der Wert bei Kunden die nicht auf Nosto Empfehlungen geklickt haben
- Follow-up und Warenkorbabbrecher E-Mails haben verloren Umsatz zurückgewonnen und die Kundenbindung signifikant erhöht

"Wir konnten einfach loslegen! Wir sind sehr glücklich mit Nosto und den unglaublichen Ergebnissen die wir bis jetzt gesehen haben. Wir können endlich das ganze Potenzial unseres Traffics auf der Seite nutzen und das Feedback was wir von unseren Kunden erhalten haben war sehr gut."

— Garry Mills, Inhaber von Fun4Kids



Fallstudie: Fun4Kids

Nostos Empfehlungen haben zu einer Erhöhung der Konvertierungsraten um 44% sowie der durchschnittlichen Warenkörbe von 20% im Fun4kids Online Shop geführt

Bildschirmfoto der Startseite www.fun4kids.co.uk

