

## ÜBER

Haushaltswaren aus dem Premiumsegment zu verkaufen, gegründet worden. My Little Square bietet mehr als 200 Marken an, die sich alle durch besonders hochwertige Materialien und Originalität auszeichnen und so zur Quelle der Inspiration für viele Herausgeber geworden sind. My Little Square unterscheidet sich durch ein klares und minimalistisches Design sowie ein verlockendes Sortiment, das den Kunden ein einzigartiges Einkaufserlebnis ermöglicht, vom Wettbewerb.

## HERAUSFORDERUNG

Produkte angemessen zu präsentieren. Kunden neigten dazu, die weithin bekannten Marken anzusehen, anstatt andere neue und aufregende Designer zu entdecken. My Little Square wollte diese Tatsache ändern. Außerdem musste der Online-Shop bei einem sich schnell ändernden Sortiment immer aktuell und ansprechend bleiben und dabei gleichzeitig verhindern, dass Kunden auf Produktseiten von nicht vorrätigen oder ausverkauften Produkten suchten.

## WARUM NOSTO

Boutique hervorheben würde: Den Kunden neue Trends vorzustellen und neue Designer zu entdecken. Mit Hilfe der Empfehlungen von Nosto und den Triggered E-Mails wird My Little Square im Stande sein, Kunden dazu anzuregen, neue Produkte und Marken während ihres Einkaufs zu entdecken und somit die Konvertierungsraten zu erhöhen und gleichzeitig die eigene Marke zu stärken.

### Kunden, die mit Nosto interagiert haben...

hatten durchschnittlich einen um

21%

höheren Bestellwert

verbrachten

44%

mehr Zeit auf der Seite

haben sich

108%

mehr Produkte angesehen

hatten eine um

72%

bessere Konvertierungsrate

### Wert der Nosto E-Mails

Wert pro versendeter E-Mail

2,5€

## LÖSUNG

- Automatische Cross- und Upselling Features wurden zu den Produktseiten hinzugefügt um Kunden zum weiteren Einkaufen zu inspirieren sowie um natürlich den durchschnittlichen Warenkorbwert und die Konvertierungsrate zu steigern.
- Toplisten, die Bestseller derselben Kategorie anzeigen, wurden zu den Produktseiten hinzugefügt um die Navigation zu verbessern und die Besucher zum Entdecken neuer Designer anzuregen.
- Browsing History-Empfehlungen wurden zu einem individuellen interaktiven Banner hinzugefügt, welcher während des gesamten Einkaufs angezeigt wird.
- My Little Square hat begonnen, Warenkorbabbruchs-E-mails zu versenden um Umsätze abzufangen, die andernfalls verloren gewesen wären.

## ERGEBNISSE

- 12% des gesamten Online-Umsatzes wurde durch Nosto generiert.
- Kunden, die auf Nosto-Empfehlungen geklickt haben, konvertierten 72% besser und hatten einen 21% höheren durchschnittlichen Warenkorbwert als andere Kunden.
- Die verbesserte Suche hat die Zeit, die auf der Seite verbracht wurde, um 44% gesteigert und Kunden dazu verleitet, 108% mehr Produkte anzuschauen.
- Warenkorbabbruch-E-mails brachten einen satten Durchschnitt von 2,5 euro Rücklauf pro versendeter Email.

Nosto hat uns eine Lösung bereitgestellt, mit der wir unsere essentiellen Herausforderungen angehen können und das Echtzeit-Dashboard ist ein fantastisches Arbeitswerkzeug für das gesamte Team. Visuell hat Nosto sich perfekt und mühelos an unser graphisches Design angepasst, was für uns sehr wichtig ist, da wir sehr markenfokussiert sind. Insgesamt sind wir sehr glücklich, dass das Nosto Team uns in unserer Entwicklung unterstützt

— Julie Garcia, Mitgründerin von My Little Square.



## Fallstudie: My Little Square

Die Empfehlungen von Nosto auf [www.mylittlesquare.com](http://www.mylittlesquare.com) haben die Zahl der Besucher, die zu zahlende Kunden wurden, um 72 % erhöht. Diese Kunden hatten durchschnittlich einen um 21 % höheren Warenkorb.

Automatische Cross- und Upselling Empfehlungen sowie gefilterte Toplisten auf der Startseite

Browsing History-Empfehlungen auf der Startseite

