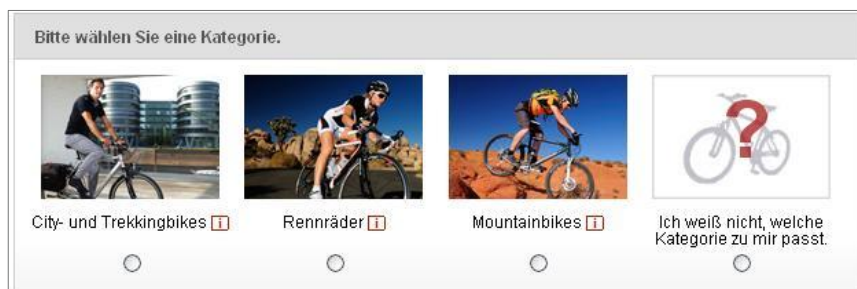


Case Study

internetstores AG

1. Background

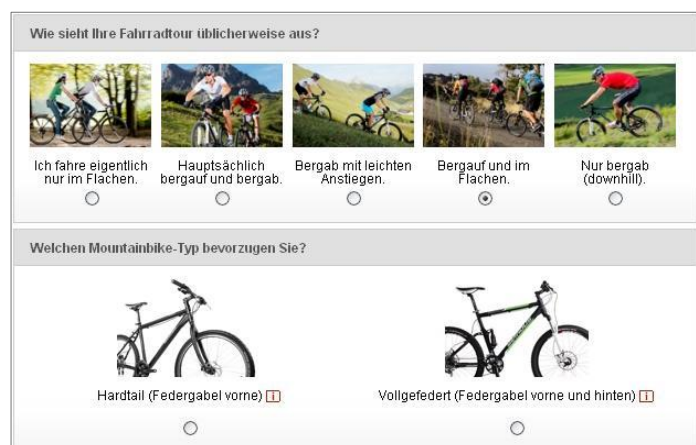
Die internetstores AG betreibt mit fahrrad.de einen mehrfach ausgezeichneten sowie international ausgerichteten Onlineshop für Fahrräder und Zubehör. Da es sich bei Fahrrädern um technisch komplexe und höchst unterschiedliche Produkte handelt, ist entsprechende Beratung notwendig, um für jeden User das passende Rad zu finden. So ist für potentielle Kunden meistens klar, für welchen generellen Zweck ein Rad gesucht wird (zum Beispiel Mountain Bike oder City Bike).



Was für eine Auswirkung technische Spezifikationen wie Rahmengröße, Bremsen-Bauart oder Sattelstützen-Bauart auf ihre Anforderungen haben, bleibt dem User jedoch oftmals verborgen. Aus diesem Grund wurde seit dem Launch des Shops immer besonderer Fokus auf die Kundenorientierung, die Usability sowie hochverfügbare Support-Channels gelegt. Um Kunden rund um die Uhr beraten zu können, wurden mehrere Lösungsansätze analysiert und schließlich Online-Produktberatung als zielführendste Option ausgewählt.

2. Die Umsetzung

Nach einer internen Kosten-Nutzen-Analyse und einer Make-or-Buy Kalkulation wurde seitens der internetstores AG entschieden, das Projekt „Online-Kaufberatung“ auszulagern und einen externen Anbieter, Smart Information Systems, mit dessen Umsetzung zu beauftragen. Durch diesen Schritt wurde eine übermäßige Bindung von Kapital- und Personal-Ressourcen verhindert und das beidseitig bestehende Know-How optimal eingesetzt.



So konnte die Erfahrung der fahrrad.de-Produktmanager im Rad-Vertrieb zielführend mit jener von Smart Information Systems im Bereich Online-Produktberatung und Usability kombiniert werden.

Bereits in den ersten Wochen nach Vertragsabschluss und Projektstart wurde dank intensiver Zusammenarbeit der erfahrenen Produktmanager beider Seiten, ein Entwurf des Fahrrad-Beraters fertiggestellt.

Nach weiteren Feedbackschleifen und einer Projekt-Gesamtzeit von nur drei Monaten wurde der erste Online-Produktberater auf fahrrad.de gestartet.

3. Das Resultat

Die Service-Qualität konnte nachhaltig verbessert werden. Dank der raschen Umsetzung und einer reibungslosen Kommunikation konnten bereits kurz nach dem Launch positive Effekte auf Click-Out-Rate und Konversionsrate gemessen werden.



In einer zweiten Projektphase wurden die Prozesse seit dem Launch laufend adaptiert und optimiert, sowie Online-Produktberater für vier weitere Länder beauftragt.



Die Smart Assistant Kaufberatungs-Technologie hat genau den Nerv unserer User getroffen. *Schnelle, effiziente und nutzungsorientierte Beratung ist heutzutage essentiell und war lange dem stationären Handel vorbehalten. Wir konnten unsere Conversion-Rate durch die Kaufberater deutlich erhöhen, was und davon überzeugte, das Angebot auszuweiten und die Lösung auch international einzusetzen.*

Burkhard Wagner
Leiter IT internetstores AG