

Checkout-Marketing

User-Journey beim Checkout verlängern

Online-Shopper, die gerade einen Kaufprozess abgeschlossen haben, sind besonders empfänglich für relevante Angebote. Mit Checkout-Marketing können Web-Shops diesen Usern für ihren Einkauf ein passendes Dankeschön-Angebot unterbreiten und den Nutzer länger auf der eigenen Plattform halten.

Userwerk aus Ulm ist seit 2017 im Bereich Checkout-Marketings unterwegs und hat seitdem eine Reihe namhafter Kunden gewonnen, darunter Advanzia Mastercard, Audible, Frankonia, Gefro, Hubert Burda Media, Limango, Media-Markt, Medikamente-per-Klick, Quoka, Saturn, Spektrum der Wissenschaft Verlag und Weltbild. Nun kann das Start-up sein Kundenportfolio um den Online-Shop **Babymarkt**, nach eigenen Angaben Europas größter Internethändler für Baby- und Kinderartikel, erweitern.

Künftig werden zur Kundengewinnung und -bindung auf den Bestellbestätigungsseiten (Checkout) des Online-Shops sogenannte "Vorteilsprodukte" bzw. "Dankeschön-Angebote" für Online-Shopper nach Bestellabschluss angezeigt. Die von Userwerk konzipierte datenbasierte Serviceplattform, die jetzt auf die Babymarkt-Seite integriert wurde, zielt auf die Steigerung von Brand Awareness und auf Abverkäufe in dem rund 100.000 Artikel umfassenden Sortiment. So kann die Customer-Journey der Babymarkt-Kunden um zusätzliche Touchpoints für eine personalisierte Kundenansprache und -aktivierung am digitalen Point of Purchase (PoP) erweitert werden.

Hohe Interaktions- und Conversionrates

Artur Schnar, Head of Retail Media bei Babymarkt, sagt: "Mit den intelligent ausgespielten exklusiven Vorteilsangeboten aus unserem Vollsortiment unterstützen wir Familien nicht nur mit attraktiven, bedarfsgerechten Ein-

kaufsmöglichkeiten, sondern positionieren uns auch als wertvoller Shoppingberater und umfassender Serviceanbieter. Beides zahlt optimal auf ein erstklassiges Einkaufserlebnis und die Steigerung von Kundenbindung und Customer-Lifetime-Value ein. Damit schaffen wir eine hervorragende Grundlage für unser weiteres Wachstum."

Nach Deutschland soll die neue Serviceplattform von Userwerk künftig auch in den internationalen Online-Shops von Babymarkt ausgerollt werden. Das Dortmunder Unternehmen mit 450 Mitarbeitern betreibt neben dem deutschen Webauftritt unter dem Namen pinkorblue 14 weitere E-Commerce-Plattformen im europäischen Ausland sowie in China.

Erste Auswertungen haben ergeben, dass Babymarkt mit der neuen Checkout-Marketing-Lösung in seinem Online-Shop "vom Start weg die Upsell-Rate und Kundenzufriedenheit nachhaltig steigern konnte". Über das gesamte Userwerk-Portfolio hinweg liegt die Interaktionsrate mit den angezeigten Vorteilsprodukten nach eigener Aussage bei 15 bis 25 Prozent. Die Conversionrate ist mit 5 bis 7 Prozent ebenfalls überdurchschnittlich hoch, da der Checkout ein Touchpoint zu Kunden ist, die bereits im Shopping-Modus sind.

"Dankeschön-Angebote" sorgen für Awareness

Dr. Markus Kalb, CEO von Userwerk, erklärt die Funktionalität von Checkout-Marketing: "Im Wesentlichen geht es um die Generierung von Neukunden sowie (zusätzlichen) Verkäufen und Direkterlösen. Vor allem Herstellern bietet Checkout-Marketing angesichts steigender Kundenakquisitionskosten und sinkender Aufmerksamkeit für klassische Akquisekanäle neue Möglichkeiten der effizienten Generierung von Neukunden. Viele Unterneh-



Auf der Checkout-Seite von Babymarkt erhalten Online-Shopper "Dankeschön-Angebote" wie kostenlose Leseproben von Zeitungen und Zeitschriften.



„ Vor allem Herstellern bietet Checkout-Marketing angesichts steigender Kundenakquisitionskosten und sinkender Aufmerksamkeit für klassische Akquisekanäle neue Möglichkeiten der effizienten Generierung von Neukunden.

Dr. Markus Kalb, CEO von Userwerk

men auf Shopanbieter- wie auf Produktgeber-Seite nutzen Checkout-Marketing aber auch für die gezielte Steigerung von Brand Awareness über exklusive, personalisierte Vorteilsprodukte bzw. "Dankeschön-Angebote".

Grundsätzlich könnten das sowohl digitale als auch klassische analoge Produkte und Services sein. Das Spektrum reiche von kostenlosen Leseproben von Zeitungen und Zeitschriften mit Positiv-Option (keine Kündigung notwendig) und Vorteilsangeboten von Zeitungs- und Zeitschriftenabos mit hohem Sparfaktor über gebührenfreie Kreditkarten (ohne Kostenfalle) bis zu kostenlosen Teilnahmen an Lottoziehungen, Produktproben aus dem Be-

reich Lebensmittel oder Tiernahrung und kostenlosen Test-Accounts für Hörbücher, E-Paper, Streaming und Games.

Auch für Babymarkt hat Userwerk bereits erste Kunden in den Checkout eingebunden. Kalb erklärt: "Wir haben bei der Auswahl der Vorteilsprodukte und Produktgeber ein besonderes Augenmerk auf ergänzende Produkte und Services gelegt, die vor allem die Zielgruppe Eltern und deren Bedürfnisse adressieren. Dazu zählen beispielsweise kostenlose Hörbücher für Eltern von Audible, Zeitschriften-Abos wie 'Eltern', 'Vital' und 'Women's Health', kostenlose Balance-Produkte von Gefro oder ein einmonatiges kostenlose Fitness-Training von Gymondo." (mm)

Film ab!
Healthcare Marketing sucht die beste Bewegtbild-Werbung für Pharma, Dental, Medizintechnik und Gesundheit.
Jetzt einreichen!

SPOT DES MONATS

Einreichungsfristen:
April 25.04. | Mai 24.05.

www.healthcaremarketing-spotdesmonats.de