

## CASE STUDY WWW.BLUE-TOMATO.COM

### WIE EXCENTOS DIE PRODUKT- SUCHE UND -BERATUNG VON BLUE TOMATO VERBESSERT

Im Januar 2008 führte Blue Tomato, der weltweit größte Onlinehändler für Surf- und Snowboardprodukte, den excentos Produktberater für die Bereiche Snowboards, Bindungen, Boots sowie Snow- und Streetwear ein.

Während die Beratungssysteme für den Mode-Bereich dem Kunden helfen, den richtigen Style für die Piste oder die Freizeit zu finden, können die Berater für technische Sportgeräte (Snowboards, Bindungen, Boots) anhand von wenigen Kundenangaben das perfekt auf den Kunden zugeschnittene Produkt ermitteln.

Der Kunde wird im Berater aufgefordert, seine Körpergröße, sein Geschlecht und seinen Fahrstil anzugeben und einzustufen, wie gut er fährt. Der Produkt-Finder übersetzt diese Kundeninformationen in Produkteigenschaften, findet das am besten passende Produkt und zeigt dem Kunden auch, wo er Kompromisse eingehen muss, wenn die Produkte nicht alle Anforderungen erfüllen können.

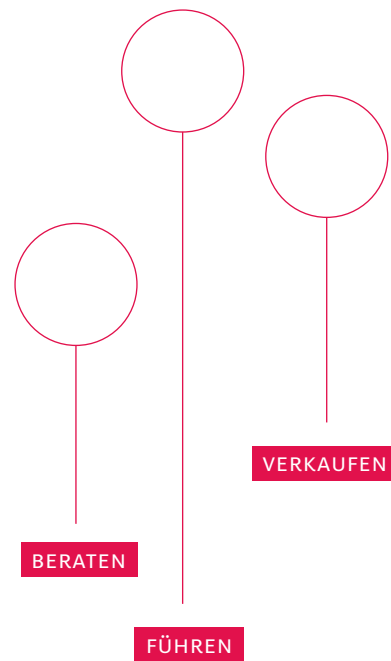
Das User Interface der excentos Produktberater wurde nahtlos in den Shop integriert und basiert auf der Ajax-Technologie. Dadurch können in Echtzeit Produktempfehlungen präsentiert werden, sobald der User Angaben im Produktberater verändert. Wartung und Betrieb der Beratungssysteme erfolgen im Software-as-a-Service-Modell durch excentos.



BERATEN

FÜHREN

VERKAUFEN



### Ziele und Motivation

Eigentlich war Blue Tomato auf der Suche nach einer leistungsfähigen Produktsuche für den Online-Shop. „Wir haben erkannt, dass einige unserer Kunden Schwierigkeiten haben, allein über die Kategorien das gewünschte Produkt zu finden“, erklärt Gerfried Schuller, Gründer und Geschäftsführer von Blue Tomato. „Daher waren wir auf der Suche nach einer Technologie, die vor allem solchen Kunden hilft, die zwar wissen, dass sie z. B. ein Snowboard kaufen möchten, aber noch nicht, welches der zahlreichen Modelle am besten für sie geeignet ist.“

Blue Tomato war klar, dass es eine Herausforderung für jeden Online-Shop mit einem sehr breiten und umfangreichen Sortiment ist, den Kunden zielgerichtet und in wenigen Schritten zum gewünschten Produkt zu führen. „Uns ging es aber nicht darum, unsere Kunden irgendwie mit unserem Sortiment zusammenzubringen. Die Kids sollten auch Spaß an der Technologie haben! Deswegen war es uns sehr wichtig, ein innovatives, cooles, sehr benutzerfreundliches und glaubwürdiges System zu finden, das eben zu Blue Tomato passt.“

#### PROJEKTDATEN

Projektstart: Januar 2008  
 9 Sprachen: AT, DE, UK, IT, FR, NL, FIN, ES, SLO, CZ  
 5 Produktberater für die Bereiche:

- Snowboards
- Snowwear
- Bindungen
- Streetwear
- Boots

#### AUFGABEN

- einfache, integrierte Produktsuche und -empfehlung
- Unterstützung von Kaufentscheidungen
- pflegearmes, flexibles und voll automatisiertes Beratungssystem

**„UNS WAR ES WICHTIG, EIN SYSTEM ZU FINDEN, DAS KUNDEN IMMER EINEN PASSENDEN PRODUKTVORSCHLAG LIEFERN UND MIT DATENLÜCKEN ZURECHTKOMMEN KANN. EINE REINE PRODUKTSUCHE KANN DAS NICHT LEISTEN.“**

Gerfried Schuller,  
 Gründer und Geschäftsführer von Blue Tomato

### Erfolge

Blue Tomato ist mit dem Erfolg der Produktberater mehr als zufrieden: „Die Produktfinder haben unsere Erwartungen übertroffen!“ bestätigt Gerfried Schuller von Blue Tomato. Die Analyse der Shop-Statistik beweist: Kunden, die den Produktberater auf [www.Blue-Tomato.com](http://www.Blue-Tomato.com) genutzt haben, verweilen mehr als doppelt so lange im Shop wie andere Kunden und erhalten so eine deutlich größere Brand Exposure und Kundenbindung.

Zweitens hat es sich gezeigt, dass die Kunden, die über den Produktberater ein Produkt fanden, einen um 56 Prozent höheren Warenkorbwert aufweisen als Kunden ohne Beraternutzung. Und nicht zuletzt verbessert der Produktberater die Sales Conversion Rate, denn Kunden, die über den Berater auf eine Produktdetailseite kamen, haben eine um 47 Prozent höhere Sales Conversion als Kunden, die auf anderem Weg auf einer Produktdetailseite gelandet sind.

„Nicht verwunderlich, dass auch das Feedback unserer Kunden zu den Produktfindern durchweg sehr positiv ist“, deutet Vanessa Waldenhofer, verantwortlich für E-Marketing & Teamrider Management bei Blue Tomato die Kundenresonanz. „Fast alle bei Blue Tomato eingegangenen Kunden-Feedback-Mails bewerten die Beratung durch unsere Produktfinder gut oder sehr gut.“

Neben dem Einsatz auf der Website wird die Technologie auch von Blue Tomatos Call Center genutzt. „Da für viele Kunden das persönliche Gespräch immer noch wichtig ist, um eine sichere Kaufentscheidung treffen zu können, rufen sie bei unserer Hotline an“, erläutert Gerfried Schuller. „Für unser Kundenservice-Team sind die Produktfinder heute eine große Hilfe bei der Kundenberatung. Denn auch wenn dort alle gute Snowboarder sind, finden sie mit Hilfe der Berater viel schneller und sicherer das für den Kunden passende Produkt.“

**NUTZER, DIE DEN PRODUKTBERATER VERWENDET HABEN, ...**

- haben eine um 47% bessere Goal Conversion Rate
- haben einen um 56% höheren Warenkorbwert
- zeigen eine um 115% höhere Verweildauer im Shop

(verglichen zu Nutzern, die über andere Wege Produkte finden. Datenbasis: Nutzungsdaten von Februar bis Juni 2009).

Sogar Call-Center Agents von Blue Tomato nutzen excentos Product Advisor, um Kunden am Telefon mit besserer Servicequalität zu bedienen und noch effizienter zu passenden Produkten zu führen.

**Produktberatung mobil mit der iPhone-App**

Damit die Kaufentscheidung auch auf der Piste oder in einem der Ladengeschäfte von Blue Tomato funktioniert, hat excentos die Guided Selling-Technologie auch für Smartphones verfügbar gemacht: Seit Dezember 2009 ist eine gemeinsam entwickelte iPhone-Application als „Produktberater für die Hosentasche“ verfügbar. Die App ist unter dem Suchbegriff „blue tomato“ im App-Store verfügbar.

Die iPhone-App wird im Schnitt 1.000 mal monatlich heruntergeladen. Unter den Top-Ländern sind AT, DE, CH, US, CH, FR, GB, ES, IT, NL.

**BESONDERE FEATURES SPEZIELL FÜR SPORT- UND MODE-BERATUNG**

FARBSUCHE ANALYSIERT AUTOMATISCH DIE FARBWERTE DER PRODUKTBILDER UND ERLAUBT SO EINE SUCHE NACH „ECHTEN“ FARBEN

GRÖSSENSUCHE RECHNET UNTERSCHIEDLICHE GRÖSSENANGABEN IN GÄNGIGE MASSE UM, OHNE DASS EINE ANPASSUNG DER DATENBASIS NOTWENDIG IST

VERWENDETE PRODUKTDATEN: DIE PRODUKTBERATER VERWENDEN DIE BESTEHENDEN PRODUKTDATEN VON BLUE TOMATO, DIE TÄGLICH NEU EINGELESEN UND AUFBEREITET WERDEN.

The screenshot shows the 'blue-tomato.com' website interface. The top navigation bar includes 'Kontakt', 'Wunschzettel', 'Mein Konto', 'Service & Hilfe', and a language selector. Below the navigation is a search bar and a 'Warenkorb' button. The main content area is divided into two sections: 'SNOWWEARFINDER' and 'Dein Snowboardfinder'. The 'SNOWWEARFINDER' section has filters for 'Snowwear-Kategorie' (Snow Jackets, Snow Pants, Snow Vests, Softshell), 'Snowwear ist für...' (Men/Uni, Women, Kids & Youth), 'Deine Größe: alle' (XS, S, M, L, XL, XXL), and 'Farbe:' (a color selection tool with a red circle around it). The 'Dein Snowboardfinder' section has filters for 'Riding Style' (Freestyle, Big Mountain/Backcountry, Freecarve/Boardercross, Alpine/Race, equal), 'Board ist für...' (Men/Uni, Women, Kids & Youth, equal), 'Körpergröße: 185 cm' (a slider from 130 to 210 cm with a red circle around it), 'Riding Level' (Anfänger, Fortgeschritten, Experte), 'TwinTip', 'Wideboard', 'ICS', 'Preisniveau: 350 €' (a slider from 100 to 900 €), and 'Neu im Shop'. The 'Dein Snowboardfinder' section also shows 'Unsere Top-Empfehlung' and a list of recommended snowboards with their prices and specifications. A red circle highlights the 'Körpergröße' filter in the 'Dein Snowboardfinder' section.

## Zusammenarbeit

„Die Zusammenarbeit mit excentos ist sehr professionell und dabei unkompliziert“, resümiert Gerfried Schuller. „Die Kompetenz des excentos-Teams liegt nicht nur in der bestmöglichen Programmierung des Systems, sondern vor allem auch darin, dass sie die Regeln unseres Verkaufsprozesses sofort verstanden haben.“

Ein weiterer wichtiger Punkt in der Zusammenarbeit ist die partnerschaftliche Weiterentwicklung und permanente Optimierung der Systeme bei Blue Tomato: „Unsere Zielgruppe ist internet-technisch sehr anspruchsvoll und verlangt innovative und benutzerfreundliche Anwendungen“, erklärt Gerfried Schuller.



## Über Blue Tomato

Das Unternehmen Blue Tomato wurde 1994 vom Snowboard-Europameister Gerfried Schuller gegründet und im Jahr 1997 um den Online-Shop [www.Blue-Tomato.com](http://www.Blue-Tomato.com) erweitert. Inzwischen hat sich das Online-Geschäft zur tragenden Säule des Unternehmens entwickelt und Blue Tomato ist heute der weltweit größte Anbieter von Surf- und Snowboardprodukten im Internet. Die wichtigsten Absatzmärkte sind Österreich, Deutschland und die Schweiz sowie Skandinavien, Benelux, Großbritannien und Spanien. Insgesamt beschäftigt Blue Tomato derzeit 40 Mitarbeiter, davon 25 im Online-Bereich.

## Über excentos

Die excentos GmbH entwickelt webbasierte Beratungstechnologien für geführte Verkaufsprozesse (Guided Selling). Das Ziel von excentos ist, die Qualität der Online-Produktsuche und -beratung auf das Niveau der besten Fachverkäufer zu bringen. Der excentos Produktberater hilft Online-Shops und Markenwebseiten, Verbraucher mit individuell berechneten Produktempfehlungen und Kaufargumenten zu

überzeugen und somit Kundenzufriedenheit und Umsatz zu erhöhen. Das in 2007 gegründete Unternehmen mit Sitz in Potsdam hat Produktberater in über 25 Produktkategorien in mehr als 20 europäischen Ländern und 17 Sprachen bei Herstellern und Online-Händlern im Einsatz. Zahlreiche namhafte Kunden vertrauen auf die Guided Selling-Technologie von excentos, darunter Brother, Toshiba, Blue Tomato, Liebherr und Bosch Siemens Hausgeräte.

### SIEHE AUCH:

- Whitepaper „Guided Selling“, in dem das Suchverhalten von Konsumenten bzw. aktuelle Suchparadigmen beschrieben und untersucht werden. Mit Praxistipps und Checkliste für Website-Betreiber.
- Guided Selling-Glossar auf [www.excentos.com](http://www.excentos.com)