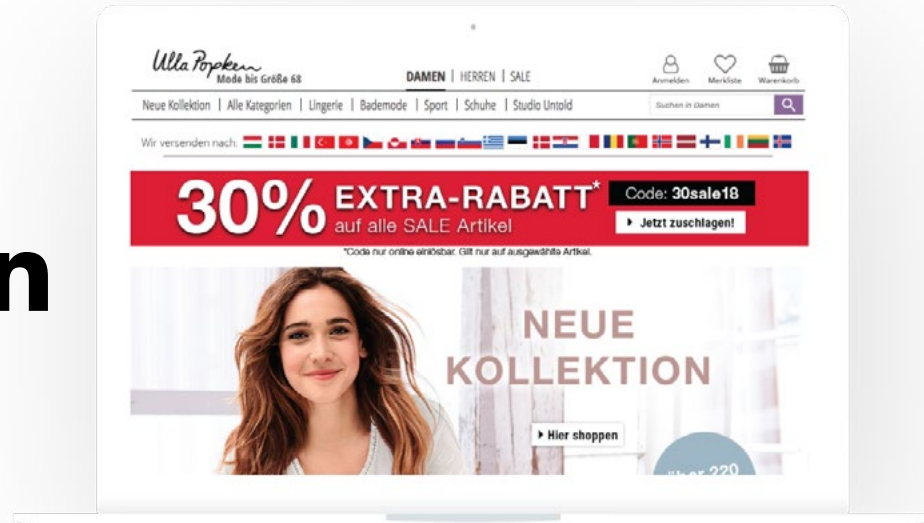


SUCCESS STORY

Ulla Popken



Die Bewertungen von Kunden liefert dem Unternehmen Ulla Popken wertvolles Feedback, das perfekt in das Käuferlebnis eingebunden werden kann

Ulla Popken ist ein deutsches Einzelhandelsunternehmen, das sich auf Mode in Übergrößen spezialisiert hat. Das Unternehmen stand vor einer Herausforderung, die auch viele andere Firmen kennen, welche im traditionellen Ladengeschäft Erfolge schreiben. Wie schafft man es, in der Online-Welt dieselbe enge und persönliche Beziehung zu erreichen, die die Kunden in den örtlichen Ladengeschäften so sehr schätzen? Es sind die langjährigen, engen Beziehungen zu treuen Kunden, die für Ulla Popken seit langem die Grundlage bilden, das Kundenerlebnis stetig zu verbessern.

Durch die Zusammenarbeit mit Bazaarvoice ist es Ulla Popken gelungen, auch in der Online-Welt in einen echten Dialog mit dem Kunden zu treten. Hier kann der Kunde Ideen und Meinungen durch Produktrezensionen äußern – und Ulla Popken kann darauf reagieren, indem Produkte und Prozesse verändert werden. So wird sichergestellt, dass Kunden genau das bekommen, was sie sich wünschen. Dieser Online-Dialog zeigt übrigens Wirkung: Über die Interaktionsstatistiken hinaus kann Ulla Popken eine Steigerung der Konversionsrate von Online-Besuchern, die mit Bewertungen interagieren, um über 40 % vorweisen.

DIE LÖSUNG IM ÜBERBLICK

Die Aufgabe

Kunden-Feedback nutzen, um einen engeren Kundendialog und einen wirklich kundenorientierten Geschäftsansatz zu schaffen.

Die Lösung

Bazaarvoice Ratings & Reviews nutzen, um Kundenrezensionen zu sammeln, diese intern zu kommunizieren und mit Kunden zu teilen, um die Produkte und das Einkaufserlebnis zu verbessern.

Das Ergebnis

Kunden-Feedback nutzen, um Probleme mit Produkten zu identifizieren und anzugehen, sowie Bewertungen über Marketingkanäle teilen – beides mit dem Ziel, engere Kundenbeziehungen zu schaffen.

Featured Solutions



Ratings & Reviews



Bazaarvoice hat uns gezeigt, was dabei herauskommen kann, wenn man Kunden-Feedback analysiert und dementsprechend handelt. Es werden wertvolle Einblicke, die bei Verbesserungen helfen können, gewonnen und zusätzlich wird ein überaus positiver Einfluss auf die Konversion online ausgeübt.

Christian Kämmer
 Leiter E-Commerce
 Popken Fashion Group

VON KUNDEN LERNEN, WIE MAN DIE BEREITS BESTEN PRODUKTE NOCH WEITER VERBESSERT

„Über die Kundenbewertungen erhalten wir im Allgemeinen sehr viel wertvolle Resonanz zu Produkten und Dienstleistungen“, so Christian Kämmer, Leiter E-Commerce der Popken Fashion Group, zu der neben dem Flaggschiff Ulla Popken auch die Herrenmode-Marke JP 1880 zählt. Er führt verschiedene Beispiele aktueller Kundenkommentare an, die zu einem verbesserten Produkt führten:

- Nachdem Kunden sich über ein Problem mit dem Knopf einer bestimmten Hose beschwert hatten, erarbeitete das Unternehmen gemeinsam mit dem Hersteller eine neue Lösung. Die Rezensionen, die nach der Umsetzung der Lösung geschrieben wurden, waren sehr gut und enthielten keine Beschwerden mehr wegen der Knöpfe.
- Eine andere Hose verkaufte sich so gut, dass niemand bei Ulla Popken auf die Idee gekommen wäre, dass es ein Problem mit dem Produkt geben könne. In den Rezensionen wurde jedoch immer



Ulla Popken verwendet Kundenbewertungen und Rezensionen in einer Vielzahl von Marketingmaterialien für die Bewerbung ihrer Produkte.

wieder erwähnt, dass die Hose zu lang sei – also kauften die Kunden sie zwar, mussten sie aber nach dem Kauf noch kürzen. Eine Veränderung der Maße behob das Problem, sodass der Weg für zukünftig noch bessere Verkaufszahlen bereitet war.

- Bei Ulla Popken geht man davon aus, dass Unterwäsche, die von Kunden immer wegen ihres Designs und ihrer Qualität gekauft wird, sich noch besser verkauft, wenn man sie verstellbar macht. Dies fand man aufgrund von Rezensionen heraus, bei denen Kunden anmerkten, dass sie das Produkt mit dieser einen Verbesserung noch toller fänden.

„Natürlich können wir nicht auf jede einzelne Reaktion von Kunden achten, aber wenn wir wirklich gute Produkthanregungen von unseren Kunden in den Rezensionen finden, sind wir dafür auch immer offen“, so Kämmer. Er stellt sich eine Zukunft vor, in der Kunden noch enger mit dem Unternehmen interagieren und ihre Meinung in die Produktion einbringen, um einen Prozess zu ermöglichen, den man wirklich als „Co-Kreation“ bezeichnen kann.“

CONSUMER CONTENT IM MARKETING-BOTSCHAFTEN ALS KOMMUNIKATIONSMITTEL

Ulla Popken nutzt das Feedback aus Kundenrezensionen nicht nur zur Verbesserung der angebotenen Produkte, sondern auch als Werbung, indem das Unternehmen das Kunden-Feedback über zahlreiche Marketingkanäle für Einzelhandel-, Katalog- und E-Commerce-Vertrieb verbreitet.

„Wir haben bisher nicht viel über uns preisgegeben. Jetzt sprechen wir jedoch durch die Produktbewertungen, die jeden wissen lassen, wie gut das Produkt ist“, berichtet Kämmer und erzählt, dass das Unternehmen die Rezensionen bereits in Newslettern und Marketingkampagnen integriert hat. Als nächstes steht die Integration von verbrauchergenerierten Inhalten in den Geschäften an.

DEN RICHTIGEN PARTNER FÜR EIN ERFOLGREICHES REZENSIONSPROGRAMM FINDEN

Für Ulla Popken war interner Support unverzichtbar, um ein erfolgreiches Rezensionsprogramm auf die Beine zu stellen. Einige Mitarbeiter fürchteten zu Beginn, dass negative Rezensionen einen nachteiligen Effekt für das Unternehmen haben könnten. Natürlich nahm man solche Bedenken ernst, insbesondere, weil das Unternehmen von Anfang an klarstellte, dass ausschließlich echte Kundenrezensionen veröffentlicht werden würden und ihre Inhalte gemäß der Authentizitätsrichtlinie von Bazaarvoice keiner Zensur unterliegen würden.

„Da hat sich die Kompetenz von Bazaarvoice wirklich bezahlt gemacht: sie haben es geschafft, die internen Befürchtungen in Bezug auf Kundenrezensionen komplett zu zerstreuen“, berichtet Kämmer.

Durch monatelanges, intensives Training mit Bazaarvoice wurde dem Team von Ulla Popken klar, dass Kunden-Feedback – sogar negatives – ein überaus wertvolles, nützliches Tool sein kann, wenn man es zu nutzen weiß.

„Bazaarvoice hat uns gezeigt, was dabei herauskommen kann, wenn man Feedback analysiert und Konsequenzen daraus zieht“, so Kämmer. „Man gewinnt wertvolle Einblicke, die bei Verbesserungen helfen, und zudem hat es einen positiven Einfluss auf die Konversion online.“

Sie mögen unsere Produkte?



Sagen Sie uns Ihre Meinung und gewinnen Sie einen **Shopping-Gutschein in Höhe von 100€.**

So können Sie eine Bewertung abgeben:

- Produkt kaufen, testen und auf die Bewertungs-e-mail warten.
- Auf den "Produkt bewerten" Button klicken und detaillierte Wertung abgeben.
- Automatisch am Gewinnspiel für die hilfreichste Bewertung teilnehmen.

Tipps zur Bewertungsabgabe

- Tragen und testen Sie das Produkt zunächst nach dem Kauf
- Uns interessiert Ihre individuelle Meinung zu dem Produkt und seiner Verwendung
- Beschreiben Sie detailliert, was Sie an dem Produkt mögen bzw nicht mögen, damit wir unsere Produkte für Sie verbessern können

Was Sie vermeiden sollten

- Informationen, die sich nicht auf das Produkt beziehen
- Text über Preise, andere Unternehmen und Webseiten
- persönliche Daten - wir möchten Ihre Privatsphäre schützen

Wichtiger Hinweis:

Sie möchten uns Feedback zu Preisen, Bestellung, Angeboten oder Lieferung geben? Bitte wenden Sie sich hierzu direkt an unseren Kundenservice.

Viel Spaß beim Schreiben Ihrer Bewertung!

Gewinner des Monats:

Dickes, dickes DANKE an Ihre Einkäufer! Diese Jeans ist ein Volltreffer!!!

"Diese Jeans passt trotz meiner wirklich schwierigen Figur wie angegossen! Der Bund steht im Rücken nicht ab, der Leib ist hoch genug, dass endlich auch mal der Bauch mit hinein passt. Oberschenkel, Knie und Waden liegen an, sind aber nicht unangenehm eng. Die Fußweite ist endlich, endlich wirklich schmal und die Länge bedeckt meine Knöchel. Die kleinen Schlitz lassen Stiefeletten zu und die gesamte Hose sieht mit ihrer Waschung einfach super cool und stylish aus! Ich werd' mir noch zwei davon bestellen!"

von Astrid2015, 08. August 2015



Röhrenjeans mit modischer Waschung, Stretch

b: bazaarvoice

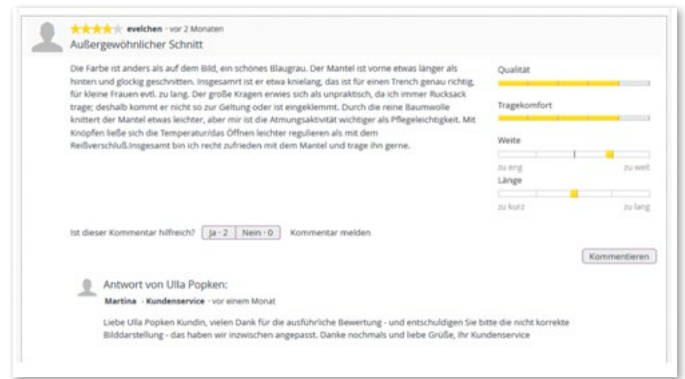
Ulla Popken arbeitet mit dem Unternehmen Bazaarvoice zusammen, um authentische Produktbewertungen von Kunden einzuholen. Das Unternehmen Bazaarvoice prüft die eingereichten Inhalte und wendet dabei ausgereifte Betrugserkennungstechnologien an. Dadurch gewährleisten wir die Authentizität der Bewertungen, auf die Sie sich bei ihren Entscheidungen verlassen.

EINEN UNVERZICHTBAREN WETTBEWERBSVORTEIL SCHAFFEN

Mehr als 30.000 Rezensionen später findet man überall bei Ulla Popken – vom Einkauf bis zum Marketing – Teams, die den Wert eines starken Programms für kundengenerierte Inhalte erkennen. Es hat sich als interne Messlatte dafür, wie die Kunden denken, durchgesetzt und bringt das Unternehmen dem Ziel näher, sowohl online als auch vor Ort in den Geschäften einen wirklich kundenorientierten Ansatz umzusetzen.

Extrem kundenorientiert zu sein, sorgt für einen unverzichtbaren Wettbewerbsvorteil für Ulla Popken – und zwar insbesondere im E-Commerce, wo die Konkurrenz immer nur einen Klick entfernt ist. Ein effektives Kunden-Rezensionsprogramm verbessert das Einkaufserlebnis, schafft zusätzlichen Wert für Kunden und hilft dabei, ihre Treue zu erhalten. Gleichzeitig reduziert es die Wahrscheinlichkeit, dass sie zu einem Wettbewerber abwandern.

Deshalb war die Wahl des Partners für das Rezensionsprogramm des Unternehmens so wichtig. Wie Kämmer sagt: „Die Technologie ist toll, aber was Bazaarvoice von anderen unterscheidet, ist die Tatsache, dass dort großartige Leute arbeiten, die echte Partner sind und uns dabei unterstützen, die große Vision umzusetzen, die wir für den Dialog mit unseren Kunden haben.“



Bazaarvoice hat Ulla Popken unterstützt, im Unternehmen die Angst vor Negativebewertungen zu nehmen und Hilfestellung für den Umgang mit Kunden, die wertvolles - sowohl positives als auch negatives- Feedback geben, gegeben.

Ulla Popken

UNTERNEHMENSPROFIL

Fashion Retailer

KUNDE SEIT

2014

ÜBER DAS UNTERNEHMEN

Die Geschichte von Ulla Popken reicht zurück bis ins Jahr 1880, als Johann Popken das Textilhaus Popken gründete. Die Popken Fashion Group verbindet heute die Mode- Unternehmen Ulla Popken GmbH, GINA LAURA GmbH & Co. KG und die Studio Untold GmbH. Zu den drei Unternehmen gehören deren Eigenmarken Ulla Popken, GINA LAURA, JP 1880 und STUDIO UNTOLD. Langjährige Erfahrung, familiäre Wurzeln und ausgeprägter Unternehmergeist sind die Basis für den Erfolg der vier Labels. Als Multi-Channel- Unternehmen vertreibt die Popken Fashion Group ihr Mode-Sortiment heute weltweit – in über 30 Ländern und rund 650 Filialen, im Versand- und Internethandel sowie über ausgewählte B2B-Partner. Insgesamt beschäftigt die Group dabei mehr als 4.000 Mitarbeiter.

bazaarvoice®

Liebherrstrasse 22, 80538 Munich

Tel: +49 89 4444 707-0

www.bazaarvoice.de | www.bazaarvoice.com/blog | f | t

© Bazaarvoice, 2018