



## Das Unternehmen ghd® setzt nicht nur bei Konversionen auf den grossen Einfluss von Bazaarvoice

Als das Unternehmen ghd® im Jahre 2013 Bazaarvoice Ratings & Reviews implementierte, wollte der Haarproduktehersteller aus England objektive Informationen bereitstellen, um Verbrauchern die Produktauswahl zu erleichtern. Damals dachte man, dies sei eine gute Möglichkeit zur Konversionssteigerung. Genau dieses Ergebnis wurde erreicht – und noch viel mehr. „Nachdem wir die Produktseiten in England mit Ratings & Reviews (Kundenbewertungen) versehen hatten, ging unsere Konversionsrate um 30 % nach oben“, sagt Rob Pye, Geschäftsführer von ghddhair.com. „Auf Sekundärmärkten in anderen Ländern bewirkte die Reaktion auf Kundenbewertungen sogar eine Konversionssteigerung zwischen 35 % und 127 %.“ Die Konversionsverbesserung hat sich als nur einer von vielen Vorteilen der Zusammenarbeit mit Bazaarvoice herausgestellt, hinzu kommen die Möglichkeit, Benutzererlebnisse tiefgreifend zu individualisieren, Marketingbotschaften zu formulieren und zu validieren und die Kundenstimmung kurz nach der Produkteinführung zu prüfen – wenn nicht sogar schon davor.

### DIE LÖSUNG IM ÜBERBLICK

#### Die Aufgabe

Den Einfluss von User Generated Content auf das gesamte Geschäft von ghd auszuweiten.

#### Die Lösung

Bazaarvoice Ratings & Reviews und Bazaarvoice Curations nutzen, um Customer Content zu produzieren, den ghd® zur Steigerung des positiven Markenbewusstseins verwenden kann

#### Das Ergebnis

Kunden-Inhalte sammeln und teilen, um die Konversionsrate zu steigern, Marketingbotschaften zu validieren und sicherzustellen, dass Produkte gut aufgenommen werden.

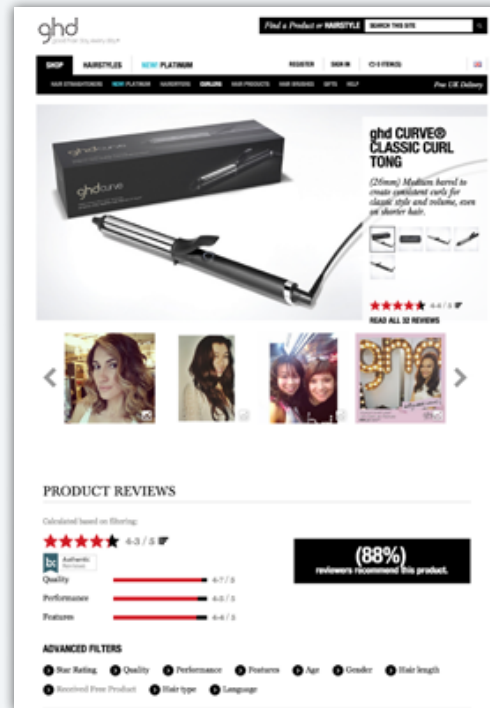
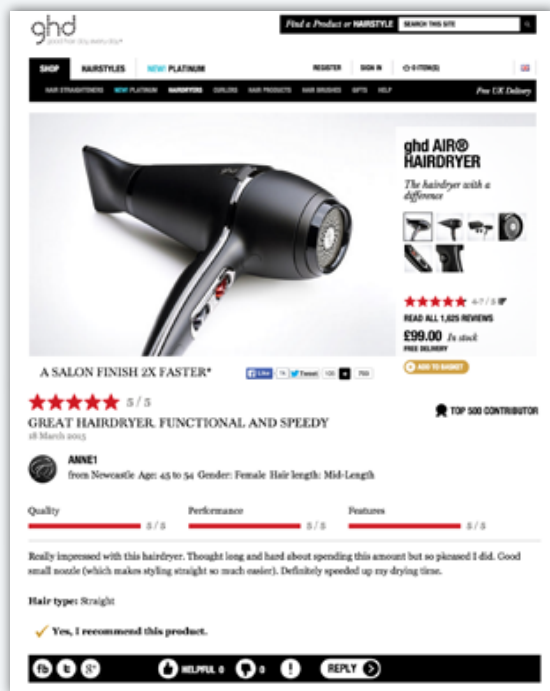
#### Featured Solutions



Ratings & Reviews



Curations



## PERSONALISIERTER CONTENT ZUR ENTSCHEIDUNGSHILFE UM DAS PASSENDE PRODUKT ZU FINDEN

In den zwei Jahren, in denen ghd® nun schon Kundenbewertungen sammelt, hat das Unternehmen eine große Menge von Rezensionen zusammengetragen, welche die Erfahrungen eines weiten Verbraucherspektrums wiedergeben. Durch die Anwendung von Content-Filtern, die bei Ratings & Reviews verfügbar sind, ermöglicht das Unternehmen ghd® es den Verbrauchern, Bewertungen anhand ihrer persönlichen Vorlieben und Erfahrungen zu suchen. Rob berichtet: „Es ist möglich mit einer Reihe von Filtern, darunter Haartyp, Haarlänge, Alter, Geschlecht und mehr durch die Bewertungen zu navigieren. Das Programm selektiert anhand der Filter passende Bewertungen, damit der Verbraucher nur spezifischen Content erhält, der an seine Bedürfnisse angepasst ist.“

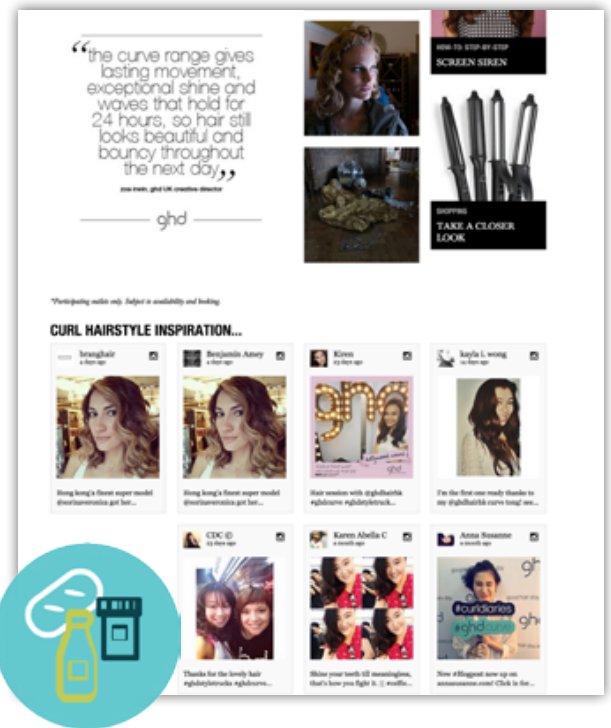


*Nachdem wir Produktseiten mit Ratings and Reviews versehen haben, ging unsere Konversionsrate in England um 30 % nach oben, auf Sekundärmärkten in anderen Ländern lag sie sogar noch höher.*

**Rob Pye**  
Geschäftsführer  
ghd

## FORMULIEREN UND VALIDIEREN VON MARKETINGBOTSCHAFTEN

ghd® nutzt brauchbares Kundenfeedback aus Bewertungen dazu, die grössten Vorteile der Produkte herauszuarbeiten und in Marketingbotschaften umzuwandeln. "User Content aus Ratings & Reviews bietet nicht nur einen unschätzbaren Anknüpfungspunkt für Botschaften, sondern dient auch als Validierungsmechanismus", erklärt Pye. „Wenn wir in unseren Marketingbotschaften einen Claim bringen, können wir ihn nun durch Kundenerfahrungen untermauern.“ Als ghd® zum Beispiel behauptete, dass der ghd air®, der Profi-Haartrockner des Unternehmens, Haare außergewöhnlich schnell trocknet, konnte diese Behauptung durch Verbraucherbewertungen verstärkt werden. Verbraucher kommentierten, wie viel schneller ihre Haare trocken würden und wie viel Zeit sie einsparen würden, wodurch die Marketingbotschaft validiert wurde. Die Verbraucher erhalten spezifischen Content, der komplett auf sie zugeschnitten ist und sich auf ihre Bedürfnisse bezieht. Rob Pye Geschäftsführer ghddhair.com „Wir nutzen wir die Bewertungen selbst als Teil unseres Marketings“, sagt Rob. „Wir bauen sie überall ein, von Kunden-E-Mails bis zu Salonpostern.“ Bazaarvoice Curations fügt dem Marketing von ghd noch eine Dimension der Kundenvolidierung hinzu. Während der kürzlichen Markteinführung eines neuen Lockenprodukts sendeten Kunden Lockenfrisuren ein, die sie mit dem Produkt gemacht hatten. ghd® nutzte Curations, um diese zusammen mit sozialen Inhalten von Kunden sowie Produktinformationen von ghd ins Rampenlicht zu rücken. „Mit Curations-Content auf Produktseiten können Verbraucher sehen, was "echte" Personen mit dem Produkt alles machen können“, sagt Rob. „Das ist einfach viel überzeugender als Hochglanz-Modellfotos.“



Die Verbraucher erhalten spezifischen Content, der komplett auf sie zugeschnitten ist und sich auf ihre Bedürfnisse bezieht.

**Rob Pye**  
Geschäftsführer  
ghd

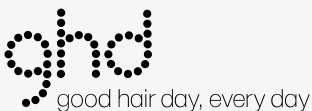
## BEEINFLUSSEN UND MESSEN, WIE GUT PRODUKTE AUFGENOMMEN WERDEN

Auf Sekundärmärkten, wo die Verbraucher nicht so vertraut mit der ghd®-Marke sind, hat Customer Content geholfen, Hürden zum Markteintritt zu überwinden und eine Aufnahme der Marke und ihrer Produkte zu gewährleisten. „In Ländern, in denen wir geringeres Markenbewusstsein haben, kann sich unser Preis als Hürde erweisen“, sagt Rob. „Bewertungen und Rezensionen senken diese Hürde, indem sie positives Kundenfeedback bieten, das unseren Preis rechtfertigt und die Wahrscheinlichkeit dafür steigert, dass unsere Produkte gut aufgenommen werden.“ Als Nächstes plant ghd®, Bazaarvoice Sampling stärker zu nutzen, um frühes Feedback zu Produkten und positive Rezensionen zu sammeln, die dann bei Produkteinführungen verwendet werden können. „Wir führen einen neuen Prozess ein, bei dem wir neue Produkte immer mit Bewertungen angeben und das geht nur mit Produkttests“, erläutert Pye. „Es ist die einzige Möglichkeit, Bewertungen vor der Markteinführung zu erhalten und sie in unsere Launch-Kommunikation einzubinden.“



*Wenn wir in unseren Marketingbotschaften eine Behauptung aufstellen, können wir diese mit Kundenerfahrungen belegen.*

**Rob Pye**  
Geschäftsführer  
ghd



### UNTERNEHMENSPROFIL

Haarstylingprodukte

### KUNDE SEIT

2013

### ÜBER DAS UNTERNEHMEN

Mehr als 10 Jahre nach der Einführung des ersten, revolutionären Haarstyling-Gerätes, bleibt das Unternehmen ghd® dem Gründungsethos, sich immer weiter zu verbessern und mit den Trends mitzugehen, treu. Zusätzlich zu den weiterhin stark begehrten, trendigen Haarstyling-Geräten, hat ghd® eine Reihe von Haartrocknern und Lockenwicklern, ghd®-Stylingprodukte und eine Linie professioneller Bürsten auf den Markt gebracht, um das ghd®-Produktangebot zu vervollständigen.

**bazaarvoice:**

Liebherrstrasse 22, 80538 Munich

Tel: +49 89 4444 707-0

[www.bazaarvoice.de](http://www.bazaarvoice.de) | [www.bazaarvoice.com/blog](http://www.bazaarvoice.com/blog) | [f](#) | [t](#)

© Bazaarvoice, 2018