

ERFOLGSGESCHICHTE

Electrolux



Electrolux in Australien nutzt UGC, um den Umsatz im stationären Einzelhandel und online zu steigern

Verbraucher recherchieren Produkte heute über eine Vielzahl von Kanälen, auch wenn ein Großteil der Käufe auch weiterhin im Einzelhandel getätigt wird – sowohl online als auch stationär. Versierte Marketingexperten erhöhen die Kaufbereitschaft, das Bewusstsein und die Konversion von Kunden im Onlineshop und Ladengeschäft mit authentischen, auf Kundenmeinung basierenden Inhalten.

Electrolux, einer der weltweit größten Hersteller von Küchen- und Haushaltsgeräten, ermöglicht Käufern ein sicheres Kaufgefühl, indem das Unternehmen mit Bazaarvoice Ratings & Reviews User Generated Content (UGC) sammelt und online an Händler-Websites übermittelt.

„Unsere Analysen zum Käuferverhalten haben bestätigt, dass Kundenbewertungen einen starken Einfluss auf die Kaufentscheidung von Verbraucher hatten“, so Michelle Rossier, Marketing Manager of Consumer and Ownership Experience bei Electrolux.

Das Unternehmen hat in Australien **mehr als 6.000 Kundenbewertungen zu seinen Marken gesammelt**, darunter Westinghouse, AEG, Simpson und Kelvinator. Da es sich bei den Webseiten nicht um E-Commerce-Marktplätze handelt, was für Marken immer eine Herausforderung darstellt, ist die Anzahl der Kundenbewertungen nur umso beeindruckender.

Um Bewertungen für die breite Produktpalette zu erhalten, darunter Kühlschränke, Waschmaschinen, Staubsauger und andere Haushaltsgeräte, senden die Marken den Kunden eine E-Mail mit der Bitte um eine Rezension, sobald diese ein Produkt online registriert haben. AEG konnte mit einer dieser sog. Post-Interaction-E-Mails innerhalb von nur einer Woche mehr als 1.400 Bewertungen generieren. Infolgedessen **stiegen die Produktbewertungen von 57 % auf 72 %**, was wiederum bedeutet, dass die meisten Produkte bei AEG jetzt über Bewertungen verfügen.

AUF EINEN BLICK

Herausforderung

Steigerung der Markenbetrachtung, des Bekanntheitsgrades und der Verkäufe an Einzelhandelsstandorten und in Geschäften

Lösung

Sammeln und Verteilen von verbraucher-generierten Inhalten an Einzelhändler, um die Qualität von Marken und Produkten von Electrolux zu demonstrieren

Ergebnis

Käufer erhalten ein sicheres Kaufgefühl für Marken und Produkte von Electrolux

Vorgestellte Lösungen



Ratings & Reviews

75 %

DER BEWERTUNGEN

Ein Großteil der Bewertungen auf Händlerwebsites stammt von den Marken von Electrolux.



„Der wichtigste Wert besteht darin, dass unsere Bewertungen jetzt verstärkt für den Erfolg unserer Einzelhandelskanäle eingesetzt werden. Verteilte Bewertungen haben dazu beigetragen, unsere Qualität und in einigen Fällen die Alleinstellungsmerkmale unserer Marken zu demonstrieren.“

Michelle Rossier

Marketing Manager of Consumer and Ownership Experience, Electrolux

Außerdem **stieg die Anzahl der 4- und 5-Sterne-Bewertungen von 91 % auf 95 %.**

Über das Bazaarvoice-Netzwerk, zu dem über 5.700 Marken und Händler zählen, teilen die Electrolux-Brands diese Bewertungen mit den Websites wichtiger Händler. So werden Tausende von Bewertungen dort angezeigt, wo die meisten Produkte tatsächlich gekauft werden. Der Einzelhändler Harvey Norman konnte beispielsweise fast 5.000 Bewertungen und Appliances Online über 1.000 Bewertungen aus UGC generieren, der ursprünglich auf den australischen Websites der Marken erfasst wurden. Die meisten Bewertungen auf diesen Händlerwebsites stammen von den Marken selbst.

„Der wichtigste Wert besteht darin, dass unsere Bewertungen jetzt verstärkt für den Erfolg unserer Einzelhandelskanäle eingesetzt werden. Verbraucher besuchen in der Regel Händlerwebsites, wenn sie im Rahmen ihres Kaufzyklus recherchieren. Verteilte Bewertungen haben dazu beigetragen, unsere Qualität und in einigen Fällen die Alleinstellungsmerkmale unserer Marken zu demonstrieren“, so Rossier.

jackal

Townsville City, Queensland, Australia

Review 1
Votes 0

Age 55 to 64

Gender Male

★★★★★ · 8 months ago

Great size

Great little fridge plenty of room for it's size very quite and cold

 Originally posted on kelvinator.com.au

bdtantanv

Melbourne, Victoria, Australia

Review 1
Votes 0


Age 35 to 44

Gender Male

★★★★★ · 8 months ago

great family fridge

we bought this fridge a year ago as our family size doubled with the arrival of our twin daughters. This is was perfect wider fridge with good vege basket. Had good number of shelves. The cheese tray was small but that what we wanted as we need more space to store dosa batter. All in all good fridge with ample size for big family.

 Originally posted on westinghouse.com.au

Die Bewertungen fördern auch den Offline-Verkaufserfolg. Etwa 60 % der Gerätekäufer lesen zuerst Bewertungen online, bevor sie im Geschäft einkaufen, wie eine Bazaarvoice-Studie basierend auf 4,5 Millionen Datenpunkten bei Dutzenden von globalen Einzelhändlern ergab. Diese Zahl steigt von Jahr zu Jahr weiter an, zumal Verbraucher ihre mobilen Endgeräte zunehmend als Einkaufsinstrument nutzen noch während sie vor dem Regal des Einzelhändlers stehen.

Mit einem Omnichannel-Ansatz, der auf UGC basiert, stellt Electrolux sicher, dass Kunden über genau die richtigen Informationen verfügen, um unabhängig vom Kaufort ein sicheres Kaufgefühl zu erhalten.



UNTERNEHMENSPROFIL

Haushalts- und Profigeräte

KUNDE SEIT

2014

ÜBER DAS UNTERNEHMEN

Electrolux ist ein führender Anbieter von Haushaltsgeräten und Geräten für den professionellen Einsatz und verkauft jährlich mehr als 40 Millionen Produkte verschiedener Marken an Kunden in über 150 Märkten.

bazaarvoice®

Bazaarvoice Australien | Suite 401, 116 Devonshire Street, Surry Hills, Sydney, NSW 2010

Telefon: +61 2 9362 2200

www.bazaarvoice.com/au | www.bazaarvoice.com/blog | [f](#) | [t](#)

© Bazaarvoice, 2018