

ERFOLGSGESCHICHTE

La Redoute



La Redoute erfindet seine Kundenstrategie mit Bazaarvoice neu

La Redoute, ein Einzelhändler für Prêt-à-porter-Mode und Inneneinrichtung, hat sich nach Jahren des stetigen Wachstums und der Übernahme der Galeries Lafayette im Jahr 2018 als einer der größten französischen E-Commerce-Anbieter etabliert. Das Unternehmen ist bereits in 26 Ländern vertreten und konnte seinen Umsatz seit 2016 um 750 Millionen steigern. Ein Großteil des anhaltenden Erfolgs des Unternehmens bei der Stärkung seines internationalen Rufs und der Steigerung der Umsätze ist das Ergebnis einer digitalen Transformation.

Diese Transformation umfasst einen kundenorientierten Ansatz mit CGC (Consumer Generated Content), um Kunden in Markenbotschafter zu verwandeln.

BEWERTUNGEN VERMITTELN KUNDEN EIN SICHERES KAUFGEFÜHL

La Redoute verwendet Bazaarvoice Ratings & Reviews, um Produktbewertungen von Kunden zu sammeln und auf seiner E-Commerce-Website anzuzeigen. So können Käufer sehen, was andere Kunden über die Produkte denken, bevor sie diese online oder im stationären Handel einkaufen.

„Die Implementierung unseres CGC-Programms war ein grundlegender Bestandteil unserer kundenorientierten Strategie. Während **90 % unserer Verkäufe online getätigt werden**, reagiert CGC perfekt auf die Unmittelbarkeit des Kauf- und Mitteilungsverhaltens der Kunden“, erklärt Marie Mercier, Digital Experience Director bei La Redoute.

Kunden kaufen ein Produkt eher, wenn sie die Bewertungen gelesen haben. Dies wird auch durch eine Steigerung der Online-Konversionsrate seit der Einführung des Programms im Jahr 2016 belegt. Mit dieser Lösung kann La Redoute nicht nur die positiven Auswirkungen auf die Verkäufe beobachten, sondern sie unterstützt das Unternehmen auch dabei, eine Beziehung zu seinen Kunden aufzubauen und zu pflegen.

AUF EINEN BLICK

Herausforderung

Fortsetzung des raschen Wachstums, Stärkung des internationalen Ansehens und Umsatzsteigerung.

Lösung

Nutzung von UGC, um den kundenorientierten Ansatz für die digitale Transformation des Einzelhändlers zu unterstützen.

Ergebnis

Eine Zunahme des Verbrauchervertrauens, der Kundenbindung und der Einzelhandelsumsätze.

Vorgestellte Lösungen



Bazaarvoice
Ratings & Reviews



Dieser Online-Austausch gibt unseren Kunden Sicherheit und belegt unser Engagement für unsere Website, unsere Marke und unsere Markenpartner.

Marie Mercier

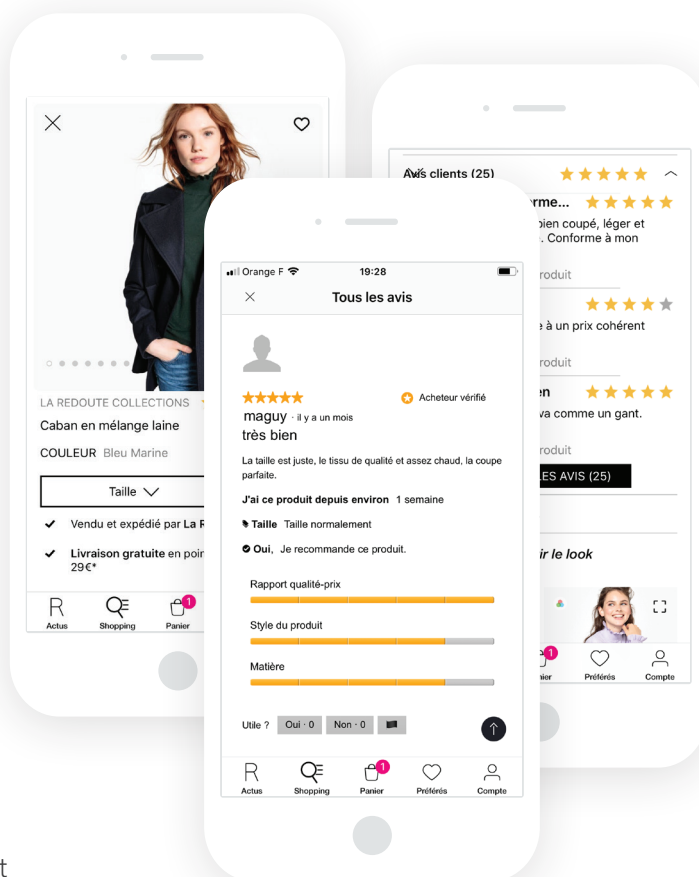
Director Digital Experience
La Redoute

„Dieser Online-Austausch gibt unseren Kunden Sicherheit und belegt unser Engagement für unsere Website, unsere Marke und unsere Markenpartner“, so Marie Mercier.

Viele der Bewertungen werden über die mobile Anwendung des Unternehmens, L'Atelier La Redoute, gesammelt.

BAZAARVOICE-NETZWERK BIETET EIN SIGNIFIKANTES BEWERTUNGSVOLUMEN

Um die Anzahl der Bewertungen zu erhöhen, nutzt La Redoute auch das Bazaarvoice-Netzwerk, zu dem mehr als **6.000 Marken und Händler** zählen, um automatisch Bewertungen zu sammeln, die ursprünglich auf Markenwebsites verfasst wurden. Tatsächlich stammen **30 % der mehr als 800.000 Bewertungen** auf der



Website von La Redoute direkt von Hunderten von Marken, die auf der Händlerwebsite verkaufen. Dadurch erhöhen sich sowohl die Anzahl der Bewertungen pro Produkt als auch die Anzahl der Produkte mit mindestens einer Bewertung.

„Der nächste Schritt wird darin bestehen, Kunden von La Redoute über Bazaarvoice Fragen auf der Website zu stellen und diesen maßgeschneiderte, personalisierte Antworten vom Einzelhändler oder von den Marken zu geben. Diese Interaktionen werden dazu beitragen, das Kundenbewusstsein für La Redoute in Europa und Russland zu stärken“, sagt Anthony Marino, Senior Solution Consultant bei Bazaarvoice.

La Redoute

UNTERNEHMENSPROFIL

La Redoute

KUNDE SEIT

2014

ÜBER DAS UNTERNEHMEN

La Redoute, ein Einzelhändler für Prêt-à-porter-Mode und Inneneinrichtung, hat sich nach Jahren des stetigen Wachstums und der Übernahme der Galeries Lafayette im Jahr 2018 als einer der größten französischen E-Commerce-Anbieter etabliert. Das Unternehmen ist bereits in 26 Ländern vertreten und konnte seinen Umsatz seit 2016 um 750 Millionen steigern. Ein Großteil des anhaltenden Erfolgs des Unternehmens bei der Stärkung seines internationalen Rufs und der Steigerung der Umsätze ist das Ergebnis einer digitalen Transformation.

bazaarvoice®

Bazaarvoice Großbritannien | 1 Butterwick, London, W6 8DL

Telefon: +44 (0)208 080 1100

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

© Bazaarvoice, 2019