

GANT erzielt mit Consumer Generated Content weniger Retouren und mehr Umsatz

Der E-Commerce-Bereich hat grundsätzlich mit kostspieligen und zeitaufwändigen Retouren zu kämpfen. Ganz besonders gilt das für Online-Fashion-Shops: Kunden bestellen nicht nur einen, sondern mehrere Größen und Farben desselben Artikels. Zudem wird im deutschen Markt das Angebot eines Rechnungsaufs vorausgesetzt – das lädt Kunden im Vergleich zu anderen Märkten noch mehr dazu ein, denselben Artikel mehrfach zu bestellen.

Auch die US-amerikanische Lifestylemarke GANT will ihre Retourenquote senken. Ursprünglich im klassischen Retail-Bereich beheimatet, bietet die Premium-Marke seit 2013 die hochwertigen Herren- und Damen-Modeartikel auch im markeneigenen Onlineshop an. Mit starken Wachstumsraten von 30 bis 40% jährlich wurde bereits nach vier Jahren ein zweistelliger Millionenumsatz erzielt. Anfang 2017 war der Zeitpunkt gekommen, gezielt in Consumer Generated Content (CGC) zu investieren. „Wir haben festgestellt, dass Konsumenten den Meinungen anderer Verbraucher mehr vertrauen als den Werbeaussagen“, begründet Werner Hammer, Head of E-Commerce, die Entscheidung.

Wir haben festgestellt, dass Konsumenten den Meinungen anderer Verbraucher mehr vertrauen als den Werbeaussagen

Werner Hammer, E-Commerce Manager, GANT

GANT AUF EINEN BLICK :



Herausforderung :

Die für GANT im E-Commerce kritische Retourenquote kontinuierlich senken.



Lösung :

Die Anzahl der Produkt- und Kundenbewertungen zu Passform und Größe steigern und Fragen und Kommentare dazu beantworten.



Ergebnisse :

Die Premium-Fashionmarke GANT erreichte eine Senkung der Retourenquote um 5% durch den Einsatz von Produktbewertungen und konnte dadurch ihren Umsatz deutlich steigern.

Kennzahlen im Überblick



Senkung der
Retourenquote um

5%



Steigerung des
Umsatzes bei
Retail-Bestsellern um

50%



Steigerung des
durchschnittlichen
Warenkorbwerts

Die Retourenquote wurde um 5 % gesenkt

Die Prioritäten für die Zusammenarbeit mit Bazaarvoice sind klar definiert: Zum einen gilt es, über mehr Kundenbewertungen die Attraktivität des Shops zu steigern und zum anderen, die Retourenquote zu senken. Viele Online-Shopper im Fashion-Bereich orientieren sich an Kommentaren und Bewertungen zu einzelnen Artikeln, die Tipps zu Passform, Farbe und Größe geben.

GANT hat zusammen mit Bazaarvoice ein strategisches CGC-Programm aufgesetzt, mit der Zielsetzung die Kunden im GANT Online-Shop zu mehr Feedback zu animieren. Mit extra ergänzten Feldern wie z. B. „War die Passform in Ordnung?“ werden die Kunden gezielt dazu aufgefordert, den entscheidenden Content zu liefern. Für die direkte Kundenkommunikation wurde zudem Fragen & Antworten auf Produktdetailseiten eingeführt: Damit lassen sich Verbraucheranfragen beantworten und Bewertungen kommentieren. Die Zahlen sprechen für sich: Die Retourenquote wurde schon innerhalb der ersten sechs Monate nach der Einführung der Bazaarvoice Lösungen bis zu 5% gesenkt. GANT hat die 35-Marke erreicht, dabei gilt in der Branche schon eine Retourenquote von unter 40% als großer Erfolg.

„Wer sich mit E-Commerce auseinandersetzt,
dem muss klar sein, dass CGC das
SEO-Werkzeug überhaupt darstellt.“

Werner Hammer, E-Commerce Manager, GANT

GANT

•Bestseller• Kurzarm-Poloshirt aus Piqué

★★★★★ 4.8 (141) Bewertungen und Fragen

Artikelnr. 2201-410

Saison: Jede

Passform: Regular Fit

69,99 €

inkl. MwSt., Versandkostenfrei

Farbe: Marine

GRÖSSE WÄHLEN

IN DEN WARENKORB

Spezielle GANT Herausforderungen optimal gemeistert

Dieser Erfolg ist vor allem vor dem Hintergrund der saisonalen Kollektionen beachtlich. Saisonartikel verschwinden mit dem Kundenfeedback zu Passform und Größe nach drei bis vier Monaten und damit nach relativ kurzer Zeit schon wieder aus dem Sortiment. Dass die Retouren dennoch zurückgingen, unterstreicht die Effektivität des CGC-Programms. Zudem hatte GANT auch spezielle Wünsche hinsichtlich des Designs. „Wir mussten das gesamte Layout dem Erscheinungsbild unserer Marke anpassen, das hat hervorragend funktioniert,“ erklärt Werner Hammer. Durch die Reduzierung der Retouren haben sich auch die Investitionskosten für das Tool schon amortisiert. „Wir hatten einen wirklich finanziell messbaren Mehrwert“, sagt Werner Hammer. Durch die reduzierte Auswahlbestellung wurde eine Ersparnis von 300.000 Euro erzielt. Dazu trägt auch eine erhöhte Artikel-Verfügbarkeit bei: Jedes Hemd oder jeder Pullover, der nicht in einem DHL-Paket unterwegs ist sondern online steht, bringt potenziell mehr Umsatz.

Umfassender Support bei der technischen Implementierung

Auch generell fühlt sich das Team von GANT gut bei der technischen Implementierung und bei der strategischen Beratung unterstützt: Die Tools wurden in mehreren Sessions ausführlich erklärt, in regelmäßigen Abstimmungen wird zudem kontinuierlich überprüft, ob die vereinbarten Ziele erreicht wurden. Durch die konstante Betreuung punktet Bazaarvoice: Kunden erhalten nicht einfach nur eine Lösung, sondern dazu ein laufendes Coaching. Das betrifft auch die strategischen Zielsetzungen: Ergeben sich im Laufe des Projekts neue Herausforderungen, werden die Maßnahmen entsprechend angepasst.

Kundenbewertungen vermitteln die für GANT nötige Seriosität

GANT profitierte aber auch noch auf andere Weise von dem stark gestiegenen Kundenfeedback. Der durchschnittliche Warenkorbwert ist bei GANT aufgrund des qualitativ hochwertigen und hochpreisigen Segments wesentlich höher als bei anderen Online-Fashion-Shops. Gleichzeitig ist die GANT Zielgruppe mit 40plus wesentlich weniger onlineaffin als andere. Beide Faktoren erhöhen die Schwelle, online zu bestellen. Gefragt sind also Sicherheit und Seriosität – und auch hier hilft das von Bazaarvoice generierte Kundenfeedback durch die authentischen Meinungen von anderen Kunden.

Positiver Überraschungseffekt war eine Umsatz-Steigerung bei Bestsellern

Ganz nebenbei konnte GANT dank der Kundenbewertungen auch noch den Umsatz bei seinen Retail-Bestellern um 50 % steigern. Im gängigen Offline-Handel beliebte Produkte wie z. B. Pullover mit V-Neck, Polo-Shirts oder Oxford-Hemden waren bis zur Einführung der Bazaarvoice-Lösungen online deutlich weniger gefragt. „Diese Artikel laufen jetzt richtig gut“, freut sich Werner Hammer, „das ist ein sehr positiver Nebeneffekt.“

Eine Fortsetzung und kontinuierliche Ausweitung der Zusammenarbeit mit Bazaarvoice ist eingeplant, auch vor dem Hintergrund der Suchmaschinenoptimierung: „Wer sich mit E-Commerce auseinandersetzt, dem muss klar sein, dass CGC das SEO-Werkzeug überhaupt darstellt.“, sagt Werner Hammer.

BEWERTUNGEN

Authentische Bewertungen

Bewertungen

Beurteilungsüberblick

Wählen Sie unten eine Reihe aus, um Bewertungen zu filtern.

5 ★	114
4 ★	22
3 ★	5
2 ★	0
1 ★	0

Durchschnittliche Kundenbeurteilungen

Gesamt ★★★★★ 4.8

Passform

Fällt klein aus Fällt groß aus

6-35 von 141 Bewertungen Beurteilungen absteigend

★★★★★ Sebastian S · vor einem Monat
Einfach zufrieden!

Gewohnte Top Qualität · auch nach dem Waschen Formstabil

Passform

Fällt klein aus Fällt groß aus

Ja, Ich würde dieses Produkt empfehlen.

★★★★★ MainName · vor einem Monat
Eindrucksvolles Blau

Die Farbe (persisch blau) wirkt sehr elegant und eigen zugleich. Meiner Meinung nach hat es auch einen sehr guten Tragecomfort und ist daher bestens weiter zu empfehlen.

Passform

Fällt klein aus Fällt groß aus

Ja, Ich würde dieses Produkt empfehlen.

GANT

Unternehmensprofil

Premium Lifestyle Mode

Bazaarvoice kunde seit

2017

Über GANT

Die 1949 gegründete ur-amerikanische Lifestlyemarke GANT kombiniert europäische Eleganz mit American Sportswear und ist heute in den USA, in 14 europäischen Ländern sowie in Japan, China, Israel und in der Türkei mit markeneigenen Shops präsent. Seit 2001 ist das Unternehmen auch in Deutschland mit über 700 Point of Sales, 30 eigenen Stores und 8 Outlets in 27 Städten vertreten, der Online-Shop wurde 2013 gestartet und verzeichnet jährlich zweistellige Wachstumsraten.

bazaarvoice®

Bazaarvoice Deutschland GmbH | Liebherrstrasse 22, 80538 München

Tel: +49 89 4444 707-0

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

© Bazaarvoice, 2017