

PERSONALISIERUNG ENTLANG DER DIGITALEN CUSTOMER JOURNEY

Durch eine ganzheitliche Personalisierung entstehen positive, emotionale Erfahrungen, die lange im Gedächtnis bleiben. Personalisierung entlang der gesamten Customer Journey ist der Schlüssel zum Erfolg.

ANBAHNUNGSPHASE

Kunden gelangen über verschiedene Channels und Endgeräte in den Online-Shop (TV, Print, SEM, Freunde, E-Mail...).

1

ABSTURZUNGRATE
SENKEN

epoq Search

Intelligente Suche

Orientierung, die deinen Kunden den Einstieg in den Einkaufsprozess verkürzt

- ▶ Fehlertoleranz
- ▶ Content-Suche
- ▶ Ergebnismanagement...

2

INFORMATIONSPHASE

Kunden wollen sich schnell und einfach im Online-Shop zurecht finden. Deshalb ist es wichtig, dass die Kunden auf direktem Wege zur Produktdetailseite navigiert werden.

BERATUNGSPHASE

Viele Kunden benötigen für die Produktauswahl Unterstützung. Ein Produktberater kann den Bedarf eines Online-Shoppers aufnehmen und passende Produkte empfehlen.

3

epoq Advise

Guided Selling

Beratung, die deine Kunden zur richtigen Kaufentscheidung führt

- ▶ Instant Results
- ▶ Reasoning
- ▶ Visuelle & intuitive Filter...

RETOUTZEN
SENKEN

WARENKORBWERT
STEIGEN

epoq **Inspire**

Recommendation Engine

Inspiration für deine Kunden, die zugleich Kaufimpulse gibt

- ▶ Cross- und Up-Selling
- ▶ Kassenzone-Empfehlungen
- ▶ Verfügbarkeitsprüfung...

4

KAUFABSCHLUSSPHASE

Kunden sind offen für relevante Empfehlungen, die zu ihrem ausgewählten Produkt passen und keine zusätzliche Suche erfordern. Statt nur den Bedarf zu decken, kann dieser auch geweckt werden.

AFTER-SALES-PHASE

Wecke das Interesse der Kunden auch nach dem Kaufabschluss und führe sie wieder zurück in den Online-Shop, um an Phase 1 anzuknüpfen.

5

epoq **Connect**

Personalisierte E-Mail

Eine Verbindung nach dem Kauf schaffen, die begeistert

- ▶ Trigger Mails
- ▶ Warenkorbabbruch-Mails
- ▶ Themen-Newsletter...

TRAFFIC
STEIGEN

Jeder Shopbesucher erkundet einen Online-Shop auf unterschiedliche Art und Weise. Der individuelle Einkaufspfad ist dabei abhängig vom gesuchten Produkt, der Einkaufsintention, den persönlichen Vorlieben und Anforderungen sowie vom Wissensstand. Für jeden Online-Shop gilt es, auf den individuellen Käufertyp vorbereitet zu sein, damit er im Online-Shop fündig wird. Ganz gleich an welcher Stelle er seine Customer Journey beginnt.

BEREITE DICH AUF DIE 4 KÄUFERTYPEN EINES ONLINE-SHOPS VOR:

- ▶ **Der Experte:** „Ich weiß, was ich will“
- ▶ **Der Anspruchsvolle:** „Ich weiß, welche Funktionen das Produkt haben soll“
- ▶ **Der Browser:** „Ich lasse mich einfach inspirieren“
- ▶ **Der Unentschlossene:** „Ich weiß noch nicht, ich lasse mich beraten“

Du möchtest zu
diesem Thema mehr
erfahren? Dann setze
deinen Weg hier fort:

epoq.de/web-demo-suite/