

Sikertörténet

A STADA Rich Media segítségével növeli a kosárba helyezési arányt

Fedezze fel, hogyan alakította át a STADA termékaloldalait vonzó vásárlói élménnyé, aminek köszönhetően nőtt a kosárba helyezési arány, és javult a digitális polcon elért teljesítmény.

NIQ



Gazdagabb vásárlói tartalmakra épített partnerség

A digitáliskereskedelem egyre fontosabb szerepet játszik a fogyasztók vásárlási útján, ezért a **STADA** felismerte, hogy szükség van vonzóbb és informatívabb termékélmények kialakítására retail partnerhálózatán belül.

Bár a termékoldalak tartalmazták a legfontosabb termékinformációkat, a csapat lehetőséget látott arra, hogy továbbfejlessze a termékek online megjelenését. Céljuk az volt, hogy túllépjenek az alapvető termékleírásokon, és gazdagabb tartalommal segítsék a vásárlókat a termékelőnyök jobb megértésében, a figyelem felkeltésében és a vásárlási döntések ösztönzésében.

Az **NIQ Brandbank Rich Media** bevezetésével a **STADA** magas minőségű képekkel és kiegészítő marketingtartalmakkal gazdagította termékoldalait, így informatívabb és vizuálisan is vonzóbb vásárlási élményt teremtett.

Az eredmények között erősebb vásárlói aktivitás, a Rossmann felületén tapasztalt magasabb kosárba helyezési arány, valamint a digitális polci jelenlét további fejlődésének megalapozása szerepel.

"A rich content létrehozása mindig is kiemelt prioritást jelentett számunkra. A Rich Media lehetővé tette, hogy termékoldalainkat sokkal látványosabbá és vonzóbbá tegyük, ezáltal a vásárlók könnyebben megismerhetik termékeink előnyeit, és nagyobb valószínűséggel jutnak el a vásárlási döntésig.

- Ainsworth Andrea, Culture & People
Manager, STADA Hungary



"A STADA-nál úgy gondoljuk, hogy a minőségi terméktartalom elengedhetetlen a kiemelkedő online vásárlói élményhez. Az NIQ Brandbank Rich Media segítségével termékoldalaink informatívabbá és figyelemfelkeltőbbé váltak, ami a Rossmann webáruházában a kosárba helyezések számának növekedését és az értékesítés fejlődését is támogatta.

A magas minőségű termékképek és a releváns marketingtartalmak együttes alkalmazása jelentősen erősítette digitális polci jelenlétünket. Várakozással tekintünk a további fejlesztések elé, amelyek ecommerce stratégiánk fontos részét képezik."

- Ainsworth Andrea, Culture & People Manager, STADA Hungary

STADA

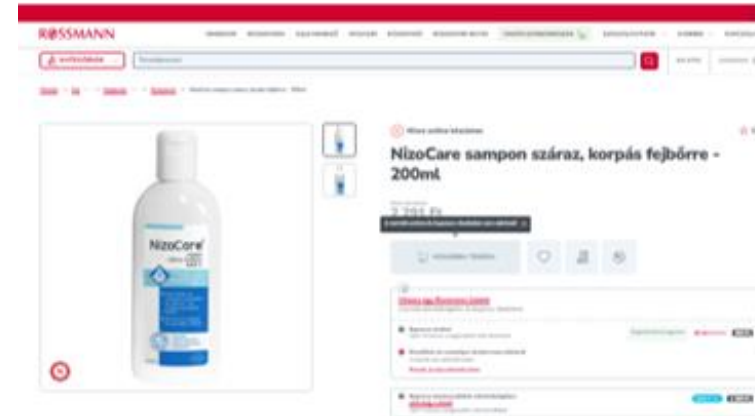


Termék aloldalak éleltre keltése

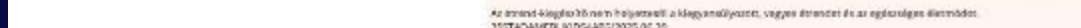
Az NIQ Brandbank Rich Media megoldásával a STADA a hagyományos termékoldalakat vonzóbb és hatékonyabb digitális polci élményekké alakította át az alábbi eszközök segítségével:

- Magas minőségű termékképek alkalmazása a termékoldalakon
- Releváns marketingtartalmak hozzáadása a terméküzenetek hatékonyabb közvetítése érdekében
- Vizuálisan attraktívabb vásárlói élmény kialakítása
- Érthetőbb és informatívabb termékinformációk biztosítása a vásárlók számára
- A termékek felfedezhetőségének és a vásárlói interakcióknak a növelése a különböző kereskedelmi csatornákon

A gazdagabb tartalmak bevezetésének köszönhetően a gyártó túlléphetett az alapvető termékleírásokon, és olyan tartalmakat kínálhatott a fogyasztóknak, amelyek hatékonyabban támogatják a vásárlói döntéshozatalt az online vásárlási folyamat során.



- Növekedett a kosárba helyezések száma a rich contenttel rendelkező oldalakon
- Emelkedett a vásárlói elköteleződés és a terméktartalmakkal való interakció
- Javult a termékoldalak vonzereje és használhatósága
- Pozitív hatást gyakorolt a vásárlói magatartásra és a vásárlási döntésekre
- A kezdeti eredmények értékesítésnövekedést mutatnak, miközben további növekedési lehetőségek is azonosíthatók



Stratégia érték és a jövő

A STADA számára a Rich Media jóval többet jelent a terméktartalmak egyszerű bővítésénél. A megoldás a vállalat átfogó digitális polcstratégiájának meghatározó eleme.

Az e-kereskedelem folyamatos fejlődésével a vállalat továbbra is arra törekszik, hogy gazdagabb és informatívabb termékélményeket nyújtson a fogyasztóknak, erősítse a vásárlói bizalmat, valamint javítsa a konverziós eredményeket. Az NIQ Brandbank Rich Media bevezetésével elért kezdeti eredmények egyértelműen igazolták a kibővített tartalmakba történő befektetés értékét, miközben további növekedési lehetőségekre is felhívták a figyelmet.

A jövőben a STADA erre a sikerre építve tervezi tovább bővíteni rich content kezdeményezéseit, és még hatékonyabbá tenni online termékmegjelenését a különböző digitális értékesítési csatornákon.

