

Interview Gaastra

Welchen Herausforderungen steht Gaastra mit seinem Onlineshop aktuell gegenüber?

David Goy: “Unsere Kunden gelangen täglich über verschiedene Kampagnen und Kanäle auf unseren Onlineshop. Die Herausforderung besteht darin, diesen Traffic zu optimieren und die Kunden online genauso kennenzulernen als ob man sich persönlich mit ihnen unterhalten würde. Nur so können wir dem Shop-Besucher mit individuellen Angeboten vom Kauf überzeugen.

Die gezielte und optimierte Ansprache ist allerdings nur möglich, wenn ich als Online-Händler herausfinden kann, welche Nutzer ohne weitere Anreize ihren Kauf abbrechen. Zusätzlich muss ich Nutzer mit bestehendem Kaufinteresse identifizieren, damit ich diese über bestimmte Anreize zu höheren Umsätzen bewegen kann.”

Wie hat Akanoo Gaastra geholfen, eine Lösung für diese Herausforderungen zu finden?

David Goy: “Mit der Technologie von Akanoo kommen wir unserem Ziel - der individuellen und differenzierten Nutzeransprache - einen Schritt näher. Mit Akanoo haben wir ein vielversprechendes Tool gefunden, das die Nutzerdaten automatisch analysiert und auf dieser Basis die Kampagnen optimiert. Mit diesem Tool haben wir eine Lösung gefunden, die von alleine arbeitet und nicht jeden Tag überprüft werden muss. So können wir viel Zeit sparen und unseren Kunden trotzdem ein personalisiertes Shopping-Erlebnis bieten.”

Welche technischen Voraussetzungen sind nötig, um Akanoo für meinen Onlineshop zu nutzen?

David Goy: “Die Software kann in nur wenigen Minuten per Java-Script-Plug-In im Shop-System installiert werden. Anschließend kann die Auspielung der Kampagnen starten. Um so mehr Daten ausgewertet werden, um so gezielter können die Kampagnen natürlich optimiert werden. Die Software unterstützt dabei auch sämtliche mobile Betriebssysteme, sodass die Darstellung auch für Smartphones und Tablets optimiert ist.“

Welche Ziele verfolgen Sie in Zukunft?

David Goy: “Wir wollen die Erfolge in Zukunft auf jeden Fall halten und noch weiter ausbauen. Das Team von Akanoo bietet uns immer die Möglichkeit, neue Features zu testen. Ich bin zuversichtlich, dass wir mit neuen und optimierten Kampagnen unsere Ergebnisse noch weiter verbessern.”