

FINDOLOGIC als virtueller Verkaufsberater

Top-Trefferquote bei moebel-massiv.com

Als Lifestyle-Shop für Möbel aus dem Massivholzbereich bietet der Online-Shop Moebel-massiv.com eine enorme Auswahl an Tropenhölzern unterschiedlicher Arten, Länder und Farben für alle Einrichtungsbereiche an. Bei einem so umfangreichen Sortiment ist eine ausgereifte und intelligente Shop-Suche essenziell, damit der Kunde auch das findet, was er sucht. Die Geschäftsführer Maximilian und Nicki Kirchner sind überzeugt von der FINDOLOGIC-Suche.



© moebel-massiv

FINDOLOGIC stellt die herkömmliche Suche in den Schatten

„Die Standardsuche unseres Webshops war sehr ungenau. Es wurde fast nie das gefunden, was gesucht wurde. Entweder lieferten die Suchergebnisse Möbel, die nichts mit dem eingegebenen Begriff tun hatten oder es gab gar keine Treffer“, erinnert sich Geschäftsführer Nicki Kirchner. Wenn der eingegebene Suchbegriff nicht den exakt gleichen

Wortlaut hatte, wie in der Artikelanlage, konnte der gesuchte Artikel nicht gefunden werden.

Erst der Einsatz der fehlertoleranten FINDOLOGIC-Suche hat den Kunden die Suche im Onlineshop erheblich erleichtert und deren Forderung nach einer höheren Trefferquote erfüllt.

FINDOLOGIC-Filter dienen als virtuelle Kaufberater

Mit den FINDOLOGIC-Filtern kann auf die Wünsche der Kunden gezielt eingegangen werden. Maximilian Kirchner ist überzeugt: „Der Merkmalfilter agiert als virtueller Verkaufsberater. Die Auswahl der Artikel lässt sich je nach Kundenwunsch nach Attributen wie Farbe, Material, Preis, Maß, etc. spezifizieren. Damit wird aus einer undurchsichtigen Ausgabe vieler Ergebnisse der passgenaue Treffer für den Kunden herausgefiltert.“ Dieses individuelle Eingehen auf Kundenwünsche ist ausschlaggebend für die Conversion Rate eines Online-Shops. Je individueller

der Kunde seine eigenen Wünsche eingeben kann und je besser er zielorientiert auf seine Ergebnisse gelenkt wird, desto niedriger sind die Abbruchquoten.

FINDOLOGIC steigert die Conversion Rate merklich

„Auch unsere Darstellung und Verlinkung von Suchergebnissen in Google lässt sich mit dem Merkmalfilter optimieren. Je passgenauer die Trefferliste ist, auf die der Google Link des eingegebenen Suchwortes zeigt, desto niedriger ist die Absprunghöhe der Zielseite“, ist Maximilian Kirchner begeistert. FINDOLOGIC dient moebel-massiv.com als virtueller Kaufberater, der den Kunden das bietet, was sie suchen.