

Matratzen Concorde

Auszeichnung bei den Oscars des digitalen Handels

Dienstag, 06.03.2018

Discount und beratungsintensiver E-Commerce sind kein Widerspruch. Das belegt Matratzen Concord, Europas größter Matratzen-Discounter mit über 1.000 Filialen in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Die Fachjury des renommierten "INTERNET WORLD Business Shop-Award 2018", den Oscars des digitalen Handels, belohnte den komplett überarbeiteten Onlineshop des Unternehmens in der Kategorie Omnichannel-Anbieter mit dem zweiten Platz, hinter Media Markt und vor Douglas.

Eine wesentliche Innovation: Im stationären Möbelhandel seit je her bekannt, wird jetzt auch das Feilschen digital transformiert. Mit dem neuen Online-Preisvorschlags-Tool, kann der am Kauf interessierte Endverbraucher unter dem für eine Matratze angegebenen Verkaufspreis einen eigenen Preisvorschlag angeben. Aus dem direkten Verhandlungsdialog mit echten Verkäufern, beispielsweise in einem Online-Chat, ergaben sich laut Matratzen Concorde in der mehrwöchigen Testphase Konversionsraten von sechs Prozent, die die ursprünglichen Erwartungen bei weitem übertrafen. Gerade die gute Online-Beratung, beispielsweise über kuratierte Produktlisten, motiviert und überzeugt Kunden schnell: 31 Prozent der Käufer klicken schon in der ersten Session auf den Kaufen-Button, weitere 21 Prozent beim zweiten Online-Besuch und steigen damit in den nur neun Minuten dauernden Online-Kaufprozess ein.

„Unsere Mission ist es, für jeden die richtige Matratze zu finden - egal ob online oder offline“, so Marcus Diekmann, Director für Digital, E-Commerce und Omnichannel und damit Chef des inzwischen 15-köpfigen E-Commerce-Teams.

Gemeinsam mit den stationären Verkäufern von rund 200 Händlern wurde für den Online-Shop ein Matratzenberater entwickelt, der die Bedürfnisse und Probleme des Kunden gezielt abfragt und drei individuell optimale Matratzen vorschlägt: den Preiskracher, das meistverkaufte Produkte und die Premium-Variante für Anspruchsvolle. "Das Ziel von Matratzen Concorde war es, die Beratungskompetenz seiner 2.000 Verkäufer auch digital abzubilden", erklärt Tim Böker, Mitgründer der auf Customer Experience und Frontend-Design spezialisierten E-Commerce-Agentur Kommerz.

Auch die stationären POS profitieren vom starken Online-Shop. Mit dem Relaunch stiegen die monatlichen Besucherzahlen von monatlich 130.000 auf jetzt 300.000. Von ursprünglich 25,1 Prozent auf 50 Prozent nach dem Relaunch konnte die Quote online vorinformierter aber stationär kaufender Kunden gesteigert werden; jeder vierte Store-Besucher bringt sogar die Ergebnisse des Online-Matratzenberaters mit zum Filialbesuch. Die stationäre Conversion konnte laut Matratzen Concorde unter anderem durch die Nutzung von Google Location Based Services um mehr als fünf Prozent gesteigert werden. Wichtig für das Funktionieren des ganzheitlichen Ansatzes: Für Verkäufer ist der eigene Online-Shop kein Feind. Sie profitieren von Provisionen auf Offline- und Online-Umsätze.

Intensiv wird weiter an der Optimierung des Einkaufserlebnisses gefeilt, aktuell ist beispielsweise in Erprobung, ob die Online-Beratung mithilfe von Chatbots weiter automatisiert oder von echten Menschen als persönliche Verkaufsberater übernommen wird.

Unterstützt wird 15-köpfige E-Commerce-Team bei Matratzen Concorde vom E-Commerce-Spezialisten Shopmacher sowie von Kommerz, einem auf E-Commerce spezialisierten Designbüro.

Auszeichnung bei den Oscars des digitalen Handels

Links

- [Matratzen Concord GmbH](#)

Weiterführende Links

- [Shopmacher eCommerce GmbH & Co. KG](#)
- [Kommerz digitale Marken- & Einkaufserlebnisse GmbH](#)