

Expertenbeitrag: Wie automatisierter Content den Einstieg und den Ausbau des eCommerce beschleunigt

Der folgende MÖBELMARKT-Experten-Beitrag wird Ihnen von zur Verfügung gestellt. Form, Stil und Inhalt liegen allein in der Verantwortung der Autorin [Leena vom Hofe](#). Die hier veröffentlichte Meinung kann daher von der Meinung der Redaktion oder des Herausgebers abweichen.

Montag, 26.11.2018

Dass Omnichannel und E-Commerce auch im Möbelhandel mittlerweile mehr als ein bloßer Trend sind, ist wohl allen klar. Was bis vor Kurzem noch undenkbar war, ist heute möglich. Kunden kaufen im Internet. Sogar Möbel. Allerdings nur, wenn die Inhalte, die ein Onlineshop bietet, ansprechend, aussagekräftig und informativ sind. Hochauflösende Fotos, erklärende Videos, Fragen und Antworten und vor allem detaillierte Produktbeschreibungen helfen Kunden bei der Entscheidung und sorgen so für höhere Conversion Rates.

Sicher sind Sie auch schon dabei, Ihre Fühler auszustrecken und sich fit zu machen für den Kanal der Zukunft. Aber machen wir uns nichts vor, es liegt ein Haufen Arbeit vor Ihnen. Und wahrscheinlich scheuen auch Sie sich noch, die größten Herausforderungen anzugehen. E-Commerce ist ein contentintensives Geschäft und gerade daran mangelt es vielen Unternehmen.

Denn eigene Contentabteilungen haben die wenigsten Händler. Vor allem, wenn sie bisher hauptsächlich stationär unterwegs waren. Muss ich also jetzt eine Contentagentur beauftragen und all die Nachteile in Kauf nehmen, die das mit sich bringt? Content-Agenturen arbeiten mit Hunderten von Textern zusammen, die sich hinsetzen und Ihre Texte schreiben. Wenn es dabei auf Zeit ankommt – was eigentlich immer der Fall ist – beschäftigen sich mehrere Texter gleichzeitig mit Ihren Produkten. Dabei kommen eigentlich immer Produktbeschreibungen heraus, die inkonsistent sind und die erhebliche Qualitätsunterschiede aufweisen. Denn je mehr Instanzen zwischengeschaltet sind, desto geringer der Verdienst, den ein Texter pro Text erwirtschaftet. Und texten kann auch der Hausmann oder die Hausfrau. Ganz einfach nebenbei, wenn die Kinder schlafen.

Unternehmenssprache ist Bestandteil der Marke

Aber selbst wenn die Qualität stimmt – alles anzugleichen, damit die gewünschte Sprachfarbe, der richtige Duktus erreicht wird, ist zeit- und arbeitsintensiv. Viele Unternehmen denken sich daher: warum nehme ich nicht einfach die Texte, die mir die Hersteller zur Verfügung stellen? Das wäre ja ganz einfach. Schließlich habe ich diese Texte bereits im System und muss sie nur noch in meinen Shop ziehen. Da sich das aber viele Mitbewerber im E-Commerce ebenfalls denken, entsteht im World Wide Web eine Menge duplizierter Inhalte. Dieser sogenannte Duplicate Content wird von Google erkannt und abgestraft. Und zwar mit einer Herabstufung Ihres Shops in den Suchergebnissen. Ärgerlich, nicht wahr? Dagegen hilft nur: selbst aktiv werden und unique (einzigartige) Texte schreiben. Diese werden von Suchmaschinen nämlich bevorzugt und sorgen so dafür, dass Ihre Seite in den Suchergebnissen ganz weit oben landet.

Womit wir allerdings wieder beim ersten Problem wären. Sie haben keine Zeit und zu wenig Ressourcen

für eigenen Content.

Content-Automatisierung mit regelbasierten Interpretationsmöglichkeiten

Und genau da kommt das Thema Textrobotik ins Spiel. Was das ist, ist schnell erklärt. Ein Textroboter wird mit Daten (Attributen von Produkten, Kategorien o.ä.) gefüttert. Aus diesen Daten werden Texte generiert, die der Textroboter Ihnen über eine API bereitstellt. So lassen sich ansprechende Verkaufstexte erzeugen. Von ganz einfachen bis hin zu komplexen Beschreibungen – auf Knopfdruck für Sie generiert. Kaum zu glauben, aber wahr. Dank der fortschrittlichen Technologie unserer Engine werden Regeln angewendet, die auch komplexe Interpretationen zulassen. Unser Textroboter ist übrigens die einzige Maschine, die das schafft.

Kann ein Roboter interpretieren?

Sehen wir uns die Grundlage – das Futter des Textroboters – etwas genauer an. Dass aus Attributen wie Farbe, Material und Größe folgender Text entstehen kann, ist Ihnen wahrscheinlich klar.

“Das rote Ledersofa mit Recamie ist in einer Größe von 263 x 173 x 70 erhältlich.”

Aber unser Textroboter kann mehr:

“In dieser Saison richtig angesagt: die Trendfarbe Rot. Das rote Ledersofa sieht nicht nur schick aus, es macht sich auch besonders gut in großen Räumen und mit der Recamie haben alle Ihre Gäste ausreichend Platz.”

Durch Regeln, die wir gemeinsam mit Ihnen aufstellen, lassen sich Aussagen treffen, die über eine einfache automatisierte Betextung hinausgehen. Das heißt, Sie bekommen Texte mit deutlichem Mehrwert für Ihre Kunden. Schließlich wollen Ihre Kunden nicht ständig den Zollstock rausholen müssen, wenn Sie nach einem neuen Sofa suchen. Und wenn sie direkt erfahren, dass das Sofa eher für große Räume geeignet ist, wird sich ein Kunde mit einer kleinen 2-Zimmerwohnung wahrscheinlich gar nicht erst dafür entscheiden. Im Ergebnis haben Sie zufriedene Kunden, die schon beim Durchstöbern Ihres Onlineshops begeistert sind.

Lösen Sie die Content-Handbremse in Ihrem Unternehmen

Mit uNaice und unserem Textroboter lösen Sie eines der größten Probleme im Handel der Zukunft: Content. Wir schaffen die Grundlage für Ihren E-Commerce-Shop, sodass Sie problemlos und schnell online gehen können. Unsere Kunden wie Home24 zeigen es: von monatlich 2000 manuell verfassten Produktbeschreibungen hin zu 5000 automatisierten Texten pro Monat. Und das Beste: ein Conversion Uplift von satten 21 %. Sie möchten mehr erfahren? Dann lesen Sie auch die nächste Folge unserer 6-teiligen Reihe oder besuchen Sie unseren Shop.

Wie automatisierter Content den Einstieg und den Ausbau des eCommerce beschleunigt

Links

- [uNaice](#)
- [Tipps & Tricks](#)
- [Shop](#)