

# WOHNKLAMOTTE

## Expertenbeitrag: The Future of Retail

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

### Content als Push to Commerce-Strategie

Donnerstag, 10.01.2019

**Rund drei Stunden pro Tag verbringt der Deutsche am Tag im Internet – Shopping spielt dabei jedoch eine untergeordnete Rolle. Gerade einmal neun Minuten werden für den digitalen Konsum genutzt** (Digitaler Shopping Index 2018, Innofact AG, [https://innofact-marktforschung.de/wp-content/uploads/2018/09/Digital\\_Shopping\\_Index.pdf](https://innofact-marktforschung.de/wp-content/uploads/2018/09/Digital_Shopping_Index.pdf)).

**Zusätzlich verschwimmen dank des grenzüberschreitenden Handels internationale Grenzen, so dass neue Marktteilnehmer aus den USA und Asien ihre Produkte nun auch auf Marktplätzen wie Amazon in Europa verkaufen. Damit steigt der Wettbewerb um den Online-Shopper immens. Gleichzeitig überfordert das internationale Shopping-Eldorado mit schier unendlicher Produktauswahl auch den Konsumenten. Wie man dem Konsumenten mehr Orientierung bietet und gleichzeitig seinen Online-Absatz erhöht, erfahren Sie in diesem Expertenbeitrag.**

#### Mehr Orientierung in einer komplexen Shopping-Welt

Um erfolgreich online zu verkaufen, muss die Komplexität verringert und dem Kunden mehr Orientierung geboten werden – nur so entsteht ein Kundennutzen. Eine Lösung hierfür kann die Verknüpfung von Content mit kuratierten Produkten sein. In Form von redaktionellen und automatisierten Empfehlungen wird der Kunde so schneller zum passenden Produkt geführt.

Dabei spielt die Integration von Social Media-Kanälen eine zentrale Rolle, denn heutzutage suchen Nutzer ihre Wohn-Inspiration weniger in Printmagazinen, sondern auf Blogs und bei Pinterest und Instagram. Rund 23 Prozent der gesamten Online-Nutzung entfällt auf Social Media, bei der jüngeren Zielgruppe liegen vor allem Bewegtbild-Formate im Trend. Dies können Unternehmen für sich nutzen und den Inspirationssuchenden Produkte näherbringen, die sie im besten Fall direkt kaufen können. WOHNKLAMOTTE bietet seinen Kooperationspartnern eine Plattform, auf der Produkte in einer ganzheitlichen Content-Strategie in der passenden Zielgruppe vermarktet werden. Dabei stehen die Inspiration und der Nutzen der Kunden stets im Fokus.

#### Hilfestellung bei Wohnproblemen

So werden auf dem WOHNKLAMOTTE Blog Problemstellungen des täglichen Lebens anschaulich gelöst. In einem redaktionellen Beitrag für den Massivholz-Möbelhersteller Tikamoon werden Tipps gegeben, wie Leser den Platz in einem typischen Hamburger Schlauchbad optimal ausnutzen können. Dabei sind die Produkte von Tikamoon in Form von Produktcollagen und Stilwelten direkt zum Nachshoppem integriert. Durch die Einbindung von „shoppable Content“ können die Leser die Produkte direkt kaufen, ohne in ihrer User Experience gestört zu werden. Die Authentizität des Artikels steigt dadurch, dass auch Produkte von anderen Händlern im Beitrag eingebunden werden, denn an erster Stelle sollte immer der Mehrwert für die Nutzer stehen.

Ein weiteres Beispiel für diese Marketing-Strategie ist die Kooperation mit dem dänischen Bettenlager. Durch die praktische Schritt-für-Schritt Anleitung, wie ein kleiner Balkon optimal gestaltet werden kann, steht auch hier der Nutzen für den Leser im Vordergrund. In Form von Produktcollagen und Verlinkungen, aber immer eingebettet in einen anschaulichen Artikel, entsteht für die Leser eine Kombination aus Unterhaltung, Information sowie Shopping-Vorschlägen. Die Einblicke in die Wohnungen der Redakteure sorgen außerdem für eine besondere Nähe zum Leser, die im Rahmen der Push to Commerce-Strategie optimal genutzt werden kann.

## **Das WOHNKLAMOTTE imm Special**

Was? Drei Impulsvorträge vom WOHNKLAMOTTE Team auf dem Messestand der Möbelmarkt.

Thema? Wie Ihr Unternehmen mit kuratierten Produkten und persönlichen Empfehlungen online & offline wachsen kann

Wo? imm Köln, Messestand Möbelmarkt, Passage zwischen den Hallen 10 und 11.

Wann? 17.01.2019, 10:00 Uhr, 14:00 Uhr & 15:30 Uhr

Sie haben im Vorfeld die Möglichkeit, individuelle Tipps aus den Bereichen Social Media, Content Marketing sowie online & offline Vermarktung für Ihr Unternehmen durch unser Expertenteam erarbeiten zu lassen. Alles was Sie dafür tun müssen, ist unser Facebook Gruppe ([www.wohnklamotte.de/b2b](http://www.wohnklamotte.de/b2b)) beizutreten und uns in einem Post Ihr Unternehmen zu nennen sowie eine Frage zu einem der folgenden Themen zu stellen:

### **Social Media**

### **Content Marketing**

### **online & offline Vermarktung**

Unsere Experten werden im Vorfeld das Unternehmen in Bezug auf das gewünschte Thema überprüfen & Tipps recherchieren. Diese können dann auf der imm am Donnerstag den 17.01.2018 im Zeitraum zwischen 10:00-18:00 Uhr am Messestand von Möbelmarkt in einem persönlichen Gespräch mit unseren Experten erläutert werden.

## **The Future of Retail**

### **Links**

- [WOHNKLAMOTTE](#)
- [Unsere Facebook Gruppe](#)

