

WOHNKLAMOTTE

Expertenbeitrag: Wie Shoppable Content Begehrlichkeit in neuen Online-Zielgruppen auslöst

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.

Der neue Trend des Content Marketings

Mittwoch, 18.04.2018

Eingebundene Produktplatzierungen haben sich im Influencer Marketing mittlerweile durchgesetzt. Doch was genau bedeutet eigentlich Shoppable Content? Und wie kann ich diese Content Marketing Methode nutzen, um als Marke attraktiv für die shoppingaffine online Zielgruppe zu sein? Das erzählen wir Ihnen in diesem Expertenbeitrag.

Shoppable Content und seine Verbindung zum E-Commerce

Bisher waren die Bereiche Content und E-Commerce voneinander getrennt. Beide Disziplinen profitieren voneinander sind aber oftmals noch nicht miteinander verknüpft. Durch Shoppable Content, einer neuen Art des Content Marketings ändert sich die Beziehung zwischen E-Commerce und Content, denn sie werden miteinander in Beziehung gesetzt. Vorher stand der Wechsel zwischen Information aus dem Content und die Aktion des Kaufes aus dem E-commerce im Vordergrund. Um einen Kauf zu tätigen musste der Kunde bisher den Kanal verlassen und sich auf die Suche nach dem Produkt begeben.

Shoppable Content ändert diese Relation zwischen Content und E-Commerce. Er ermöglicht es den Usern kontextsensitiv Produkte anzubieten. Das bedeutet, Produkte werden genau dort angeboten, wo sich der User in seiner Freizeit aufhält: online auf seinen Lieblingsblogs, Lieblings-Seiten oder in den Sozialen Netzwerken, um sich inspirieren zu lassen.

Shoppable Content bietet den Usern einen Mehrwert indem er direkt dort angeboten wird, wo er für den Nutzer am meisten Sinn macht nämlich dann wenn er im Internet auf Inspirationsuche ist.

Je weniger Schritte zwischen dem Wunsch nach einem Produkt und dem Kauf liegen, umso höher sind auch die Konversionsraten, außerdem hat Shoppable Content einen weiteren Vorteil, er emotionalisiert den Kaufentscheidungsprozess. Inspirationen erfolgen meistens durch Bilder, Videos oder Texte und dort setzt auch Shoppable Content an, der Nutzer konsumiert Inhalte und hat die Möglichkeit die gesehenen Produkte direkt nachzukaufen. Den Anspruch den Shoppable Content hat, ist dem User ein möglichst ähnliches oder im besten Fall genau das gleiche Produkt anbieten zu können und somit einen Mehrwert zu schaffen und den Weg von der Inspiration zum Kauf zu verkürzen.

Shoppable Content bei WOHNKLAMOTTE

Auch wir verknüpfen die redaktionellen Beiträge mit Content, um zum Einen unseren Kunden

gewinnbringende Zusatzerlöse bieten zu können und zum Anderen unseren Lesern Produkte anzubieten die einen wirklichen Mehrwert für Ihn darstellen. Über unser Produkt-Widget können wir Produkte unser gelisteten Partner direkt in unsere Blogbeiträge einbinden und ermöglichen unseren Usern so inspirative Inhalte direkt nachzushoppen mit nur einem Klick.

Falls Sie Fragen haben zu dem Thema Shoppable Content auf WOHNKLAMOTTE, kontaktieren Sie uns gerne.

Links

Links

- [WOHNKLAMOTTE](#)