

Testbericht zum Shopping Stream von:

Artur Wagner



„Eine dedizierte Landingpage in meinem Account mit wechselnden Vorschlägen und Inspiration ist der Hammer!“

Artur Wagner | Head of Customer Success | Y1 Digital AG



Arturs Erfahrungen mit dem Stream

Die Wiedererkennung im Stream war für Artur absolut gegeben. Er fand die Artikelauswahl sehr treffend und empfand diese als großen Vorteil. Seine Präferenzen wurden dabei seiner Einschätzung nach zu 90 % wieder gespiegelt, nur die Empfehlungen bei Marken haben nicht zu 100 % gematcht. Die Styles und Outfits waren seiner Ansicht nach aber bereits sehr gut.

Artur würde den Stream mit den Adjektiven interessant und inspirierend beschreiben, außerdem als absolut passend und zum Kauf animierend. Besonders als wiederkehrender Stammkunde findet Artur den Stream wirklich gut, vor allem auch mit dem Wissen, dass sich der Shoppingbereich immer weiter aufbaut.

Was er sich in Hinblick auf UI noch gewünscht hätte, wäre eine Kennzeichnung, was wirklich zu einem passt und was eher eine Empfehlung ist. Denn Artur hatte beispielsweise Marken vorgeschlagen bekommen, die er sich gar nicht angesehen hatte. Hier hat es für ihn einen Moment gebraucht, um das Flag „Empfehlungen“ zu sehen. Auch insgesamt sieht Artur noch Potenzial im optischen Feinschliff.

Bewertung der Stream-Elemente (Widgets)

Artur hat einige Widgets seines Streams mit „sehr gut“ bewertet. Am spannendsten fand er dabei die Widgets „#Denim-Ideen für Sie“ und „Styles Ihrer Lieblingsmarken“. Die Trefferquote bewertet Artur hier mit überragend, da durchaus einige Produkte dabei waren, die er sich gerne gekauft hätte. Für markenaffine Online Shopper kommen da seiner Ansicht nach sehr gute Vorschläge, die inspirieren und animieren. Während seiner Vorbereitungszeit hatte Artur einige Produkte gar nicht gesehen, da es zum Teil einfach zu viele Produkte waren, um alle Seiten durchzugehen. Der Stream spart hier in seinen Augen Zeit, verleitet zum Kauf und schafft einen kurzen Weg zum Abschluss.

Auch die interaktiven Widgets „Ihre Lieblingsmarken“ und „Ihre Lieblingskategorien“ gefielen Artur sehr gut. Es machte ihm Spaß, mit diesen Widgets zu interagieren, da es schnell und zutreffend war. Außerdem empfand er die Tags wie z. B. „#Streifen Styles für Sie“ als passend, obwohl er selbst nie darauf gekommen wäre.

Auch die Idee des Outfits zum zuletzt angeschauten Produkt konnte Artur überzeugen, teilweise hatten hier jedoch die Empfehlungen seiner Meinung nach nicht ganz so gut gepasst. Empfehlungen im Stil „Shop the Look“, passend zum persönlichen Style fände er daher noch klasse. Das Widget mit den Instagram-Posts hätte es für Artur nicht unbedingt gebraucht, stattdessen hätte er sich noch mehr in die Richtung „Shop the Look“ gewünscht. Generell hätte er außerdem die Styles- und Marken-Widgets gerne weiter oben gesehen.

„Eine dedizierte Landingpage in meinem Account mit wechselnden Vorschlägen und Inspiration ist der Hammer!“

Insgesamt findet Artur den Stream ein sehr spannendes Tool, welches er sich bei seinen Lieblingsshops auch wünschen würde, insbesondere dann, wenn es eine lange Kaufhistorie gibt. Wenn das seine Shops hätten, würde er auch zu 100 % gerne wiederkommen. Der Einsatz eines Streams macht in Arturs Augen daher absolut Sinn – besonders im B2C-Bereich, wobei sich Artur auch gut B2B Cases vorstellen könnte. Als Gründe für den Einsatz nennt er die Möglichkeit des Upsellings mit Artikeln, die einen interessieren, ohne dass man wusste, dass es sie gibt. Außerdem die Geschwindigkeit, also dass man schnell passende Produkte sieht, ohne suchen zu müssen sowie eine Art VIP-Gefühl. Jedoch muss es seiner Meinung nach natürlich immer auf den jeweiligen Case passen. Das Potenzial ist seiner Ansicht nach aber riesig, sobald der Shop verschiedene Kategorien und Marken hat.



epoq internet services GmbH
Willy-Brandt-Straße 3
76275 Ettlingen

+49 (0) 7243 2001-0

experts@epoq.de

www.epoq.de