

Fallstudie: Onlinegolf steigert Umsatz durch Produkt-Videos

Wer?

Onlinegolf.co.uk

- Online seit 1999
- Europas führender Online-Golfhändler
- Autorisierter Händler für tausende unterschiedliche Golf-Produkte namhafter Hersteller

Was?

In 2008 wurden voll produzierte Videos für einzelne Artikel auf den Produktseiten platziert. In 2010 wurden automatisch generierte Produktvideos für einen Großteil des Produktsortiments erzeugt sowie eine Dynamische Video-Sitemap hinzugefügt.

Ergebnis:

- Durchschnittlich stieg die Konversionsrate um 88%.
- Der gesamte Produktkatalog ist jetzt bei Google-Video indiziert, was auch positive SEO-Ergebnisse in der organischen Suche bei Google mit sich bringt.

Hintergrund-Infos

zu Onlinegolf

Im August 1999 in Großbritannien gegründet hat sich Onlinegolf zum größten internetbasierten Unternehmen für Golfequipment in Europa entwickelt. Das Team aus begeisterten Golfern steht für exzellente Produkte, hervorragenden Kundenservice und die bestmöglichen Preise.

Über die Site verkauft Onlinegolf alle Arten von Equipment und Zubehör, von Golfschlägern bis zu Textilien und alles dazwischen. Mit tausenden Artikeln ist Onlinegolf der unangefochtene Marktführer in der Nische der Online-Golfhändler.

Gemäß dem Gründer und Geschäftsführer, Lee Brown, war und ist der Fokus in der Entwicklung des Geschäftes immer die vollständige Zufriedenheit der Kunden und der Aufbau von strategischen Partnerschaften mit den Lieferanten.

Während Onlinegolf das Kerngeschäft, also zum Beispiel Einkauf, Marketing, Fullfillment und Kundenservice inhouse betreibt, wird stets ein Blick "über den Tellerrand" geworfen, um neue, innovative Lösungen außerhalb der eigenen Kompetenz, insbesondere im Bereich der Website, integrieren zu können, in diesem Fall Online-Videos.



Nutzen Sie Treepodia-Produktvideos auf Ihren Produktdetailseiten!

germany@treepodia.com

www.treepodia.de

Onlinegolf.co.uk



Der Bedarf

Als Internet-Händler mit einem Fokus auf Kundenservice hat Onlinegolf immer den Bedarf erkannt, den Besuchern der Website stets die besten Tools zur Verbesserung des Einkaufserlebnisses zu bieten, um damit die Konversionsraten zu maximieren.

Als Golf- und Marketing-Profis hat Onlinegolfs Management Team versucht, möglichst realitätsnahe Videos zu schaffen und Videos zu erzeugen, in denen die Produkte in der praktischen Anwendung vorgestellt werden.

Als die Entscheidung gefallen war, Videos auf die Site zu integrieren, fiel die Entscheidung auf Treepodia, nicht nur, weil Treepodia die voll produzierten Videos liefern konnte, sondern auch weil Treepodia eine entsprechende Plattform bietet, auf der die Videos gehostet werden können und die messbare Ergebnisse garantieren kann.

Damit war die Treepodia Smart-Video-Plattform die perfekte Lösung.

Die Lösung

Die Treepodia Ecommerce Video Plattform

Onlinegolf war einer der ersten Kunden, die sich an die Treepodia-Plattform angeschlossen haben und mit voll produzierten Videos von Treepodia in 2008 starteten. Anfang 2010 dehnte Onlinegolf dann die Zusammenarbeit mit automatisch generierten Videos und die dynamische Video-Sitemap aus.

Mit der Smart-Video-Technologie der Plattform war Treepodia in der Lage, den gesamten Katalog von Onlinegolf in ansprechende, hoch konvertierende Videos für jede Produkt-Detailseite umzusetzen. Alles, was dazu von Onlinegolf notwendig war, war ein einfacher Katalogexport und ein kleines Stück Code in der Produktdetailseite.

Nicht nur, dass die Videos automatisch für alle Artikel erzeugt wurden, es wurden sogar mehrere, sich leicht voneinander unterscheidende Video-Versionen zu jedem Produkt erzeugt. Diese mehreren Versionen wurden durch den eingebauten A/B-Testmechanismus vollautomatisch gegeneinander in der Performance verglichen. Die am besten konvertierende Video-Version zu jedem Produkt wurde automatisch ermittelt und dauerhaft geschaltet, die weniger gut konvertierenden Versionen automatisch deaktiviert.

Nach Ausstattung des Kataloges mit Videos wurde zusätzlich noch der Service "Dynamische Videositemap", mit dem Google-Video alle Produktseiten mit Videos direkt indizieren kann, initialisiert.

Das Ergebnis

Sofort nachdem Videos auf der Seite verfügbar wurden, konnte Onlinegolf signifikante Steigerungen des Ergebnisses beobachten.

"Kunden möchten ein Gefühl für das, was sie kaufen möchten, bekommen", sagt Brown. „Dabei kommen unsere Videos ins Spiel. Mit der Treepodia Video-Lösung konnten wir bei Onlinegolf eine Steigerung der Konversionsrate um bis zu 88% bei den Produkten mit Video feststellen."

Interessanterweise konvertierten in einigen Fällen die automatisch generierten Videos sogar besser als die voll produzierten Videos. In einem Fall konvertierte das voll produzierte Video beispielsweise mit 2,2% besser und das automatisch generierte sogar um 8,7%, also um 295% besser als das voll produzierte!

Ein weiterer Beleg für die Verbesserung der Kundenbindung ist, dass die Präsenz der Videos generell zu einer messbar verbesserten Konversionsrate führten, und zwar sogar dann, wenn sie bei einem Produkt nicht angeklickt wurden, sondern eventuell bei anderen.

Die "dynamische Video-Sitemap" erzeugte daneben quasi über Nacht wichtige SEO-Effekte durch deutlich verbesserte Präsenz von Onlinegolf bei Google-Video. Über Google-Video hinaus konnte die Video-Sitemap auch SEO-Beiträge in der organischen Suche von Google für viele Produkte leisten.

Mit der Treepodia Video-Lösung konnten wir bei Onlinegolf eine Steigerung der Konversionsrate um bis zu 88% bei den Produkten mit Video feststellen.

