

Schnellste Time-to-Market: so kommuniziert Gorenje Produkte online

loadbee, die IT-Plattform für Content Syndication, verteilt den Content

Echterdingen. Das unverwechselbare Design von Gorenje ist absoluter USP und gleich mehrfach ausgezeichnet. Um die beste Produkt- und Markenkommunikation händlerübergreifend zu gewährleisten, arbeitet Gorenje mit der IT-Plattform loadbee zusammen. Dabei ist Gorenje gerade an der schnellen Time-to-Market gelegen. Dauerte es früher teilweise Monate, bis Produktinformationen bei Händlern online sichtbar waren, publiziert Gorenje heute seinen Rich Content selbst in Echtzeit auf alle Händlerseiten.



Julian Lietzau

„Nehmen wir als kleines Beispiel den Red Dot Award. Früher mussten wir diverse Male nachhalten, dass das Award-Logo auch tatsächlich von Händlern online eingepflegt wird. Das war für beide Seiten recht zeitintensiv. Heute veröffentlichen wir es selbst direkt in den Händleronlineshops. So sieht der Endkunde schnellstmöglich die neue verkaufsfördernde Information im Shop“, erklärt Julian Lietzau, Marketing Director bei Gorenje.

Der Shopbetreiber hat weniger Datenpflegeaufwand und immer die aktuellste Produktinformation

Damit Gorenje seinen Rich Content direkt in den Produktdetailseiten seiner Handelspartner anzeigen kann, implementieren Händler lediglich per Copy&Paste ein Plug-In in ihren Onlineshop. Von da an fließen die vollumfänglichen Produktdaten in Echtzeit. Damit die Händler im Onlineshop vom Gorenje Content profitieren können, hat der Haushaltsgerätehersteller alle Produktinformation für jedes einzelne Produkt zentral auf der loadbee IT-Plattform für Content Syndication angelegt. Dabei erstellt Gorenje ein sogenanntes „digitales Produktprofil“ bestehend aus fertig gelayoutetem Rich Content (Videos, Bilder, Texte und mehr) im eigenen Unternehmensbild. Sobald Gorenje eine Änderung für ein Produkt veröffentlicht, beispielsweise einen neu gewonnenen Preis, wird diese Information ebenfalls sofort im Händlershop angezeigt. Für diese ist die Lösung völlig kostenfrei.

Der Shopbetreiber hat weniger Datenpflegeaufwand und immer die aktuellste Produktinformation und Gorenje erreicht den gemeinsamen Endkunden im eigenen Look&Feel. „Mit loadbee informieren unsere Handelspartner und wir Endkunden bestmöglich. Die Einbindung dieser Produktinformation war früher nicht immer einfach, oftmals gab es händlerseitig Content-Vorgaben, an die sich Hersteller zu halten hatten. Mit loadbee spielen wir unseren Rich Content 1:1 und in Echtzeit überall aus“, erklärt Lietzau. Ein Win-Win für Industrie und Handel.

Über loadbee

Die loadbee GmbH wurde im Februar 2013 gegründet und ist ein Technologieunternehmen mit Hauptsitz in Echterdingen, direkt am Flughafen Stuttgart. Kernprodukt der loadbee Produktfamilie ist die gleichnamige cloudbasierte IT-Plattform für Content Syndication zur kanalübergreifenden Verteilung von kaufentscheidenden Produktinformationen an alle POS und auf alle digitalen Endgeräte.

Die Produkte von loadbee sind weltweit im Einsatz und werden in Deutschland konzipiert und programmiert. Wir arbeiten eng mit Industrie und Handel zusammen, um eine höchsteffiziente Einsetzbarkeit der Produkte für unsere Kunden am Markt zu garantieren.

Die Idee von loadbee den Endkunden an jedem Punkt seiner Kaufentscheidung mit aktuellen und besten Informationen zu versorgen, ist unser Antrieb. Negative Käuferlebnisse durch fehlende Produktinformationen waren gestern.

Weitere Informationen über loadbee finden Sie unter: www.loadbee.com



Pressekontakt:

Marc Mombauer

PR Manager

Tel.: +49 711 914 017 51

E-Mail: marc.mombauer@loadbee.com

