

Verlorene Kunden wieder gewinnen

15.06.2011, 17:15 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *Intershop Communications AG*

Presseagentur: *dieleutefürkommunikation AG*



Bestellabbrüche für Online-Händler dennoch nutzbar

- Kundenservice und Kundenbindung durch Gutscheine steigern
- Neues Feature der Enfinity Suite automatisiert Kundenrückgewinnung

Jena, 9.Juni 2011 – Das Verhältnis von Besuchern eines Online-Shops zu Umsatz generierenden Online-Kunden ist für viele Shop-Betreiber enttäuschend. Obwohl der Kunde das Produkt im Shop gefunden und bereits in den virtuellen Warenkorb gelegt hat, ist das Risiko hoch, dass er die Bestellung abbricht. Brauche ich das neue Keyboard wirklich? Vergleiche ich das Fußballtor doch noch mit der Auswahl beim Sportausrüster vor Ort?

Die Gründe für einen Kaufabbruch können vielschichtig sein, von der angebotenen Zahlungsart, über lange Ladezeiten oder technische Probleme bis zu einer spontanen Neuentscheidung. In einem solchen Fall bietet sich dennoch eine Chance, den Kunden zum Kaufabschluss anzuregen. Die Enfinity Suite von Intershop erlaubt Shop-Managern jetzt, registrierten Nutzern bei einem Bestellabbruch über die E-Commerce-Plattform eine E-Mail zu senden. Dadurch erfahren Shop-Besucher nicht nur ihre Wertschätzung als Kunden. Ein in der E-Mail enthaltener Gutschein motiviert sie zusätzlich, ihre Online-Bestellung doch noch abzuschicken. Mit diesem Angebot bietet sich den Shop-Managern eine weitere Möglichkeit den Kunden Serviceorientierung zu demonstrieren, sich so vom Wettbewerb abzuheben und damit die Kundenbindung weiter steigern.

Portrait

Informationen zum Unternehmen

Intershop Communications AG (gegründet 1992; Prime Standard: ISH2) ist ein führender Anbieter innovativer und umfassender E-Commerce-Lösungen. Das Unternehmen bietet mit Enfinity Suite 6 eine leistungsstarke Standardsoftware für den Vertrieb über das Internet sowie alle zugehörigen Dienstleistungen an. Umfassende Online-Marketing-Services liefert die Intershop-Tochter SoQuero. Darüber hinaus übernimmt Intershop im Auftrag seiner Kunden die gesamte Prozesskette des Online-Handels einschließlich Fulfillment. Mit der Transaktionsplattform der 100-prozentigen Tochter TheBakery profitieren Geschäftspartner darüber hinaus von einem übergreifenden Bestell-, Lieferanten-, Produkt- und Vertriebskanal-Management.

Weltweit setzen über 500 große und mittelständische Unternehmen und Organisationen auf Intershop. Zu ihnen zählen u. a. HP, BMW, Bosch, Otto, Deutsche Telekom und Mexx. Intershop hat seinen Sitz in Deutschland (Jena) und unterhält Niederlassungen in den USA, Europa und Australien. Weitere Informationen über Intershop erhalten Sie im Internet unter www.intershop.de.

News-ID: 546431 • Views: 573 (Stand: 31.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/546431/Verlorene-Kunden-wieder-gewinnen.html>