

Pressemitteilung

Das perfekte Match: tennis-point.de erzielt ein zweistelliges Umsatzplus durch höhere individuelle und mobile Relevanz

Das perfekte Match für Jeden – das kann Tennis-Point ab sofort all seinen Online-Besuchern bieten. Denn mit einem personalisierten Angebot an Tennisausstattung – vom Schläger bis zum Tennisschuh – bietet der Spezialhändler aus Herzbrock-Clarholz Treffsicherheit auf höchstem Niveau: Durch den Einsatz der Operational Intelligence-Lösung odoscope bekommen sowohl bekannte, als auch unbekannte Kaufinteressenten im Shop zuallererst die Produkte angezeigt, welche die höchste Relevanz für sie und ihre individuelle Shopping-Situation haben. In Produktlisten, Kategorieübersichtseiten sowie Suchergebnislisten tauchen damit sofort die Lieblingsprodukte jedes einzelnen Besuchers auf. Gerade mobile Shopper können sich über eine gesteigerte User Experience und große Zeitersparnis freuen.

Köln – im September 2017. Als Experte für Tennisbekleidung und Tennisausstattung hat sich Tennis-Point längst einen Namen gemacht: Sein Online-Shop gilt als einer der besten im Segment Sport & Outdoor in über 10 Ländern. Um diese Liste auch künftig anzuführen, setzt Tennis-Point nach einer anfänglichen Testphase die SaaS-Lösung von odoscope, dem Anbieter für Operational Intelligence-Lösungen aus Köln, nun serverseitig ein. Damit ist Tennis-Point in der Lage, seine Shops wirklich nutzergerecht auszurichten und dabei zweistellige Umsatzsteigerungen zu erzielen. Produktlisten, die Produkte nach Nutzerrelevanz ausspielen, sorgen für eine erhöhte User Experience und führen zu erhöhten Abverkäufen. Dabei ist es unerheblich, ob der Nutzer shop-bekannt ist oder das erste Mal den Tennis-Point betritt. Besonders mobile Besucher, die auf relevante Anzeigen und ein komfortables Einkaufserlebnis angewiesen sind, profitieren von diesem neuen Level der Nutzerfreundlichkeit.

„Die Performance von odoscope hat uns überzeugt“, so Florian Braukmann, Chief Marketing Officer von Tennis-Point. „Die positiven Ergebnisse für uns und unsere Nutzer, die odoscope uns über einen langen Zeitraum einspielte, bestärkten uns darin, odoscope serverseitig zu implementieren. Derzeit bespielen wir zehn internationale mobile Shops mit odoscope und liefern unsere unterschiedlichen Sortimente so treffsicher für jeden einzelnen Shop-Besucher aus. Bis dato erfreuen wir uns Umsatz-Uplifts im zweistelligen Bereich und hoffen natürlich, dass sich das so weiterentwickelt.“

Dr.-Ing. Ralph Hünermann, CEO von odoscope, freut sich ebenso über die Intensivierung der Zusammenarbeit mit Tennis-Point. *„Dass wir mit und für Tennis-Point solche Uplifts generieren konnten, freut uns sehr. Die nunmehrige serverseitige Einbindung von odoscope an vielen verschiedenen Stellen in den Shops wird hier noch mehr erreichen: Durch sie sind wir extrem schnell und können so für eine maximale Customer Experience sorgen – egal, ob der Nutzer zu Hause am Rechner oder gerade auf dem Tennisplatz ist.“*

Über Tennis-Point

Tennis-Point mit Sitz in Herzebrock Clarholz (Nordrhein-Westfalen) ist in Deutschland, Österreich und der Schweiz mit insgesamt vierzehn Filialen vertreten, verfügt über 19 Onlineshops in Europa und beschäftigt 200 Mitarbeiter. Im Sortiment finden sich über 12.000 Tennis- und Laufartikeln von über 100 verschiedenen Marken. Der erste Onlineshop von Tennis-Point wurde anlässlich der Australian Open im Jahr 2008 eingeführt und mehrfach mit Preisen ausgezeichnet. Mittlerweile bietet Tennis-Point seine Waren in zehn verschiedenen Sprachen an. Ein voll automatisiertes Logistiksystem ermöglicht eine effiziente Wareneinlagerung und -auslieferung im 8.000 Quadratmeter großen Warehouse.

Weitere Informationen unter www.tennis-point.de

Kontakt:

Tennis-Point GmbH, Hans-Böckler-Str. 29-35, 33442 Herzebrock-Clarholz

Tel: +49 (0) 5245 / 8353 200

Mail: info@tennis-point.de

Über odoscope

odoscope GmbH mit Sitz in Köln ist Spezialist für präskriptive Echtzeit-Analysen großer Datenmengen. Mit der eigenentwickelten Technologie verknüpft die SaaS-Lösung vorhandene Daten aus Silos, um aus ihnen wertvolles Wissen über User-Interessen zu generieren. Basierend auf diesem Wissen personalisiert odoscope Online-Shops, indem für jeden User passend zu seiner aktuellen (Shopping-) Situation individuell relevante Inhalte automatisiert ausgeliefert werden, wie z.B. Produktlisten oder Ergebnisse shop-interner Suchen. Das gilt auch für den anonymen Nutzer und das schon vor seinem ersten Klick.

Weitere Informationen unter www.odoscope.com.

Kontakt:

odoscope GmbH, Lichtstraße 25, 50825 Köln

Karen Hünemann, Tel.: 0221 / 16 53 97-84, Mail: kh@odoscope.com