



Mehr Komfort und Unterhaltung bei Rakuten Deutschland

Umfassende Änderungen und strategische Neuausrichtung bringen Vorteile für Kunden und Händler

Bamberg, 01.10.2012: Um Kunden ab sofort ein noch einfacheres und unterhaltsameres Einkaufserlebnis zu bieten, positioniert sich die Rakuten Deutschland GmbH neu. Im ersten Schritt sollen dabei die Potentiale des Händlernetzwerkes mit der Einführung von Rakuten Connect besser ausgeschöpft werden. Rakuten Connect ist ein Banner, das künftig alle Rakuten Shops miteinander verbindet – optisch und vor allem funktional. Positioniert wird es oberhalb der eigentlichen Shop-Templates, so dass Kunden Rakuten Connect stets im Blick haben und die zahlreichen Funktionen, die es bietet, ständig nutzen können. Highlights sind die lokale und die shopübergreifende Suchfunktion sowie der shopübergreifende Warenkorb, der noch im Oktober eingeführt wird und Kunden echtes One-Stop-Shopping ermöglicht. Um das Shopping-Erlebnis unterhaltsamer und informativer zu gestalten, werden den Händlern auf Rakuten.de zeitgleich neue Gestaltungsmöglichkeiten eröffnet, die im ersten Quartal 2013 nochmals erweitert werden, damit diese sich optimal als Fachhändler präsentieren und ihren Kunden zusätzlichen Mehrwert durch individuelle Informationen bieten können.

Einfach Einkaufen: So setzt Rakuten Deutschland die Änderungen um

Ab sofort steht allen 7.000 Rakuten Händlern mit Rakuten Connect ein funktionales Banner zur Verfügung, welches alle Rakuten Shops miteinander verbindet und Kunden und Händlern zahlreiche Vorteile bietet.

- **Die Suche:** Neben der lokalen Suche im jeweiligen Shop können Kunden ebenfalls shopübergreifend in allen 11 Millionen Produkten aller 6.000 Rakuten Shops suchen. Rakuten Händler profitieren dadurch von einer ständigen Verbindung in das Händlernetzwerk von Rakuten.
- **Das zentrale Kundenkonto:** Über Rakuten Connect können sich Kunden jetzt auch shopseitig ein zentrales Kundenkonto anlegen oder sich in ihr bestehendes Konto einloggen. Lediglich zur Kaufabwicklung müssen sich Kunden aus sicherheitstechnischen Gründen nochmals in ihr Konto einloggen.
- **Das zentrale Rakuten Superpunkte Konto:** Durch den ständigen Zugriff auf das zentrale Rakuten Superpunkte Konto über Rakuten Connect kann der Kunde – nachdem er sich in sein Kundenkonto eingeloggt hat – auf einen Blick den aktuellen Stand der Rakuten Superpunkte einsehen, die wesentlich zur Kundenbindung und –reaktivierung beitragen.
- **Die zentrale Merkliste:** Rakuten Connect beinhaltet eine zentrale Merkliste, auf der sowohl die Shop- als auch die Marktplatz-URL des Produkts hinterlegt sind.
- **Die zentrale Bestellhotline:** Optional verfügbar ist die Bestellhotline, ein weiterer kostenloser zusätzlicher Service, den Rakuten Händlern unter Vertrag anbietet. Diese stellt ein weiteres vertrauensförderndes Element von Rakuten Connect dar.

- **Ein echtes Alleinstellungsmerkmal: Der shopübergreifender Warenkorb.** Die letzte und wichtigste Funktion von Rakuten Connect ist der shopübergreifende Warenkorb. Er steht noch im Oktober zur Verfügung und ermöglicht echtes One-Stop-Shopping. Kunden können Produkte ihrer Wahl sowohl auf dem Marktplatz als auch in allen Shops des Rakuten Händlernetzwerks in einen shopübergreifenden Warenkorb legen und über die Zahlungsabwicklung in einem Zug kaufen – der gesamte Bestellvorgang gestaltet sich also als einheitlicher Prozess.
- **Das Rakuten Logo:** Nach einem Klick auf das Rakuten Logo erhält der Kunde zunächst eine Übersicht der Vorteile, die die das Rakuten Netzwerk für ihn bietet. Im Anschluss kann er gezielt und aktiv den Link zum Marktplatz anklicken.

„Mit der Einführung von Rakuten Connect sind sämtliche Rakuten Shops für den Kunden auf den ersten Blick als solche erkennbar. Verbindende Elemente wie die Suchfunktion, die zentrale Merkliste sowie das shopübergreifende Kundenkonto sorgen für eine Verknüpfung zwischen den einzelnen Shops untereinander sowie dem Marktplatz. Dadurch erreichen wir, dass sich der Kunde möglichst lange im Rakuten Netzwerk aufhält und möglichst viele Produkte in einen (shop)übergreifenden Warenkorb legt, bevor er diese in einem zentralen Bestellvorgang kauft. So profitieren Kunden und Händler von Rakuten Connect“, fasst Beate Rank, CEO der Rakuten Deutschland GmbH, zusammen.

Wie der Online-Einkauf zum Erlebnis wird

Studien zufolge gehen nur 20 Prozent der Besucher mit einer eindeutigen Kaufabsicht in einen Onlineshop. Ganze 55 Prozent gehen eher ziellos vor, informieren sich und lassen sich dabei gerne zu spontanen Käufen animieren (Quelle: iPerceptions Q3 2011). Um dieses Kundensegment vom ersten Moment an zu überzeugen, setzt Rakuten auf flexiblere Darstellungsmöglichkeiten der einzelnen Fachhändler. Neben frei gestaltbaren HTML-Produktbeschreibungen und der Einführung multidimensionaler Produktvariationen sind hier vor allen Dingen die neue Template Engine und die neue Storefront zu nennen, die im ersten Quartal 2013 zur Verfügung stehen werden. Ziel ist es, angeschlossenen Händlern sämtliche Instrumente und Möglichkeiten für eine individuelle, informative und unterhaltsame Produktdarstellung zu bieten.

„Wir glauben, dass der Kunde noch andere Bedürfnisse hat als die rein am Preis orientierte Produktdarstellung. Ein Fachhändler für Wein sollte seinen Kunden nach unserem Verständnis beispielsweise verkaufsfördernde Hintergrundinformationen zu Anbaugebieten und Rebsorten liefern, Tipps zur fachgerechten Lagerung oder Empfehlungen zu passenden Gerichten abgeben, die das Einkaufserlebnis unterhaltsamer machen. Der Erweiterung der Produktdetailseite sind dabei keine Grenzen gesetzt: Bilder, Videos, Statements zufriedener Kunden – alles ist möglich“, betont Beate Rank. „Eine Limitierung ergibt sich lediglich aus Gründen der Sicherheit: Die Einbindung von JavaScript und I-Frames kann daher nicht realisiert werden“.

Völlige Gestaltungsfreiheit auf Rakuten.de

Um die Individualität der angeschlossenen Händler auf dem Marktplatz weiter in den Vordergrund zu stellen, werden zudem die Produktdetailseiten komplett an die Onlinehändler übergeben. Jeder Kunde, der vom Marktplatz Rakuten.de das Produkt eines Händlers aufruft, wird ab dem ersten Quartal 2013 direkt auf die Produktdetailseite des jeweiligen Händlers gelenkt, auf der sich dieser völlig frei nach seinen Vorstellungen darstellen kann und der die Navigation seines Shops beinhaltet. „In diesem Moment gewinnt Rakuten Connect als verbindendes Element zwischen Marktplatz und Shop an Bedeutung: Denn für Kunden soll mit der Weiterleitung auf die Produktdetailseite und dem dortigen Kauf nicht Endstation sein. Vielmehr soll er zu weiteren Einkäufen im Fachhändlernetzwerk von Rakuten animiert werden“, resümiert Beate Rank.

Anpassung der Gebühren zum 1.1.2013

Im Zuge der Einführung der zahlreichen neuen Features wurde auch eine [Anpassung des Gebührenmodells](#) nötig, welches den angeschlossenen Händlern bereits heute gemeinsam mit den neuen Funktionen in einer [Sonderausgabe der Händlerzeitschrift Rakuten DREAM](#) vorgestellt wurde.

Über die Rakuten Deutschland GmbH

Die E-Commerce-Plattform Rakuten ist einer der führenden deutschen Anbieter von Onlineshop-Lösungen (mit angeschlossenem Marktplatz) und bietet eine vielfältige und ständig wachsende Produktpalette. Besucher von www.rakuten.de haben momentan die Möglichkeit, unter etwa 11 Millionen Produkten von über 7.000 Händlern unter Vertrag in ganz Deutschland zu wählen. Die Komplettlösung eignet sich perfekt für E-Commerce Einsteiger oder als leistungsstarker Vertriebskanal für bestehende Online-Shops sowie als Multichannel-Lösung für den stationären Einzelhandel und ist mit www.rakuten.at auch in Österreich vertreten. Das Full-Service-Angebot der Rakuten Deutschland GmbH beinhaltet die komplette Zahlungsabwicklung, die Kundenkommunikation während des Bestellprozesses, die kontinuierliche Aktualisierung von Geschäftsbedingungen sowie die Übernahme des Risikos von Zahlungsausfällen.

Über Rakuten

Rakuten, Inc. (NASDAQ: 4755), ist einer der weltweit größten Internet Service-Anbieter, unter anderem für die Bereiche E-Commerce, Reise, Finanzdienstleistungen und Kreditkarten, Portale und Medien, Online Marketing und Profi-Sport. Rakuten expandiert weltweit und unterhält zurzeit Niederlassungen in Asien, West-Europa und Nord- sowie Südamerika. Rakuten wurde 1997 gegründet und hat seinen Hauptsitz in Tokio, Japan. Weltweit arbeiten über 10.000 Mitarbeiter für das Unternehmen. Weitere Informationen finden Sie unter <http://global.rakuten.com/group>.

Für Presseanfragen wenden Sie sich bitte an:

Peter Meyenburg
Rakuten Deutschland GmbH
Geisfelder Straße 16
96050 Bamberg
Deutschland
Telefon: +49 (0)951 / 408 39 100
Fax: +49 (0)951 / 408 39 109
E-Mail: peter.meyenburg@rakuten.de