

Molton Brown setzt auf die Cross-Channel-Lösung von ATG

Frankfurt, 12. April 2010 – Molton Brown, Händler für Luxusartikel, setzt für seinen Onlineauftritt auf die e-Commerce Lösung ATG Commerce von ATG, führender Anbieter von e-Commerce-Software und plattformunabhängigen Optimierungslösungen. Ziel ist neben der Erhöhung des Onlineverkaufes eine integrierte Marketing-Plattform zu bieten sowie Kunden ein einheitliches Käuferlebnis über alle Kanäle hinweg zu ermöglichen. Die neue ATG Commerce-Plattform bietet die Grundlage für Molton Browns internationaler Expansion im e-Commerce.

Die Plattform nutzt die erweiterten Möglichkeiten der Personalisierung, um die Konversationsrate zu erhöhen und die Kundenzufriedenheit online und im Kontakt-Center zu verbessern. Die Plattform, die vom ATG Partner Seneric implementiert wird, eröffnet Mitarbeitern im Call Center oder im Kundenservice ein einheitliches Bild auf die Kunden und Kaufabschlüsse, wenn der Kunde zwischen Off- und Online-Welt wechselt. Außerdem kann das Marketing von Molton Brown Marketingmaßnahmen dynamischer und zielgerichteter entwickeln sowie Produktempfehlungen aussprechen, die auf die persönlichen Profile, Kaufhistorie oder anderen Aktivitäten auf der Webseite basieren.

Molton Brown betreibt den Onlineshop momentan in UK und den USA. Die Ausweitung in andere europäische Länder sowie nach Japan und Australien ist geplant.

„In unseren erfolgreichen Molton Brown-Shops bieten erfahrenes Verkaufspersonal Kunden unsere Produkte in einer einspannten und angenehmen Atmosphäre an. Das Einkaufen wird zu einem echten Erlebnis. Genau diese Erlebnis erwarten Kunden heutzutage auch von einem Online-Shop. Die ATG Commerce-Plattform bietet allen unseren Kunden das gleiche luxuriöse Käuferlebnis, egal ob online oder offline“, sagt Amy Nelson-Bennett, Group Marketing Director von Molton Brown. „Unser Marketing-Team bekommt eine breite Auswahl an Möglichkeiten an die Hand, um Kunden ein persönliches und ganzheitliches Käuferlebnis zu bieten. Gleichzeitig sind unsere Call Center-Mitarbeiter mit der Web-basierten Plattform in der Lage, Kunden besser und persönlicher zu helfen. Die ATG-Lösung hilft uns dabei unseren Umsatz zu steigern, unsere Marketing-Strategie zu modernisieren und unsere Marke international zu platzieren.“

„Molton Brown ist ein hervorragendes Beispiel einer Luxusmarke, die das Internet als Erweiterung ihres Markenwertes sieht“, sagt Frank Lord, Vice President bei ATG EMEA. „Viele Kunden kaufen Online als auch in In-Shops ein. Daher ist die Integration dieser Kanäle ein natürlicher Schritt, um ein Cross-Channel Einkaufserlebnis zu ermöglichen. Das Internet ist das perfekte Medium, um Molton Browns internationale Expansion zu unterstützen. Wir sind stolz eine zentrale Rolle beim zukünftigen Online-Erfolg der Marke zu spielen.“

Über ATG

Der weltweit tätige E-Commerce-Spezialist [ATG](#) (Art Technology Group, Inc., NASDAQ: ARTG) unterstützt seit rund zehn Jahren bekannte Brands in allen Fragen des Online-Geschäfts. Wenn es um hoch personalisierte, effiziente und wirkungsvolle E-Commerce-Seiten geht, stufen Analysten die ATG [Commerce Suite](#) unter den führenden Anwendungen ein. Darüber hinaus bietet ATG plattformneutrale Optimierungslösungen, wie [ATG Recommendations](#), ATGs [Click to Call](#) und Click to Chat [Live-Services](#), die sich leicht in beliebige Websites einbinden lassen, um die Zahl der Kaufabschlüsse zu erhöhen und die Abbruchrate zu reduzieren. Der Stammsitz des Unternehmens befindet sich in Cambridge (USA). Darüber hinaus verfügt das Unternehmen über weitere Standorte in den USA und Europa. Weitere Informationen sind unter <http://www.atg.com/> zu finden.

Über Molton Brown

In 1973 Molton Brown opened at 58 South Molton Street in London's Mayfair as a hair salon for discerning clientele. London was very much in love with synthetics, but here came a brand with something different: artisan, individual and Natural with a capital N. While nearly 40 years have passed since inception and the scale has grown substantially, the same ethos and passion upon which the brand was founded still flows through the veins of the company. Now a widely recognised and respected luxury brand, Molton Brown creates products for home, body, skin, men, hair, travel and gifts. These are distributed in more than 80 countries worldwide through 60 emporia, two websites, world-class department stores, premium hotels and airline partners, airports and spas. In 2005 the company was purchased by Kao Group, the world's 7th largest manufacturer of cosmetics and consumer products, with a remit to expand its successful premium proposition globally.

Pressekontakt

Tucker Walsh
ATG
617-386-1159
twalsh@atg.com
<http://www.atg.com>

Gerrit Breustedt
Hotwire
+49 (0)69-25 66 93 45
gerrit.breustedt@hotwirepr.com