

Integration von Content und Commerce zur Steigerung von Konversionen

salesforce commerce cloud



Einzelhändler investieren stark in markengeprägte Inhalte. Viele Investitionen führen allerdings nicht zum Ziel.



Warum stellen Unternehmen Kunden immer noch vor die Wahl zwischen Content und Kauf?

Dieses gespaltene Kundenerlebnis führt zu entgangenen Geschäften.



Teams müssen zusammenarbeiten, um ein nahtloses Erlebnis für Kunden zu schaffen, bei dem Produkte und Inhalte zusammengeführt werden.

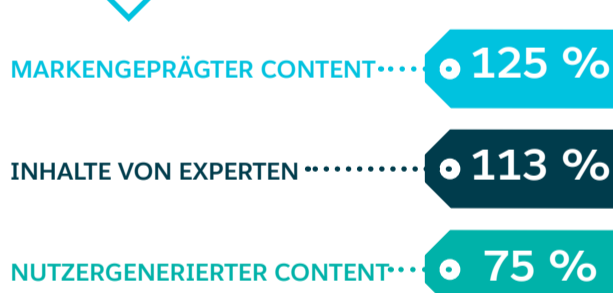
Integrieren Sie Content und Commerce, um die Shopping Journey zu optimieren.



Markengeprägter Content hat die größte Wirkung

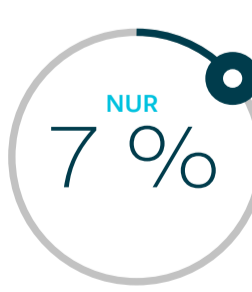
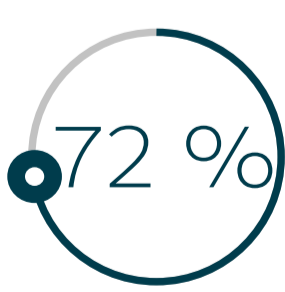
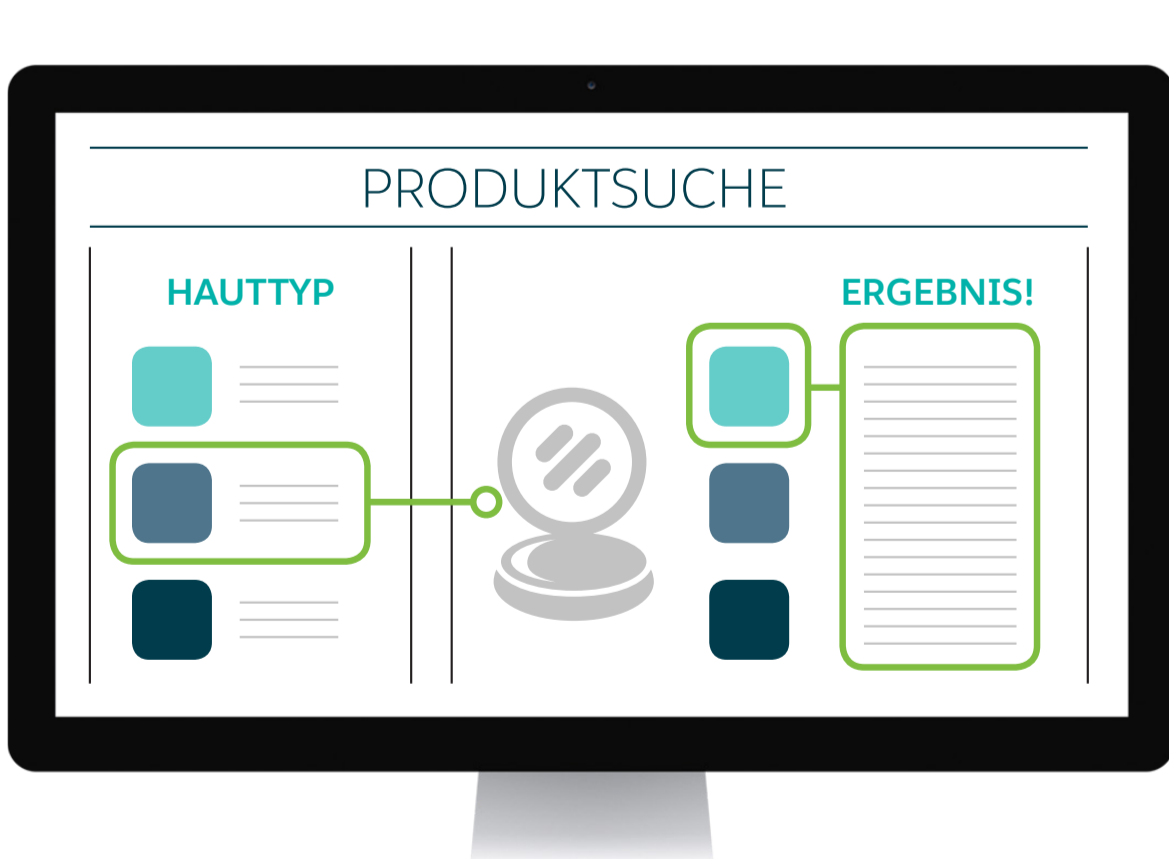
gegenüber nutzergeneriertem Content und von Experten verfassten Inhalten.

PROZENTUALE STEIGERUNG BEI KÄUFEN ZWISCHEN 50-399 USD



Quelle: „The Role of Content in the Consumer Decision-Making Process“, Nielsen, März 2014.

Online-Produktberatung beeinflusst Kunden auf ihrem Weg zum Kauf.



DIE VERKAUFSCHANCE?

Unternehmen, die ihre Inhalte eng in die Shopping Journey einbinden, haben höhere Konversionsraten als gleichgestellte Unternehmen.

Lesen Sie unseren Leitfaden, der die effektivsten Möglichkeiten für das Schaffen digitaler geführter Käuferlebnisse aufzeigt.