

Cape-June-Webshop jetzt optimiert für M-Commerce

Schnelle und einfache Produktauswahl dank neuer Filterfunktion

Frankfurt, 24.11.2016: Einfach von unterwegs komfortabel und schnell den eigenen Cape-June-Vorrat auffrischen – mit der neuen mobilen Version von www.capejune.de ist das ein Kinderspiel. Nach wenigen Klicks ist der gewünschte Drink oder Riegel gefunden und bestellt. Bei der großen Produktvielfalt von Cape June, dem beliebtesten Diätprogramm im deutschen Teleshopping, bildet die neue kundenorientiertere Produktsortierung einen wichtigen Schritt in Richtung mehr Usability.

„Entscheidend für erfolgreichen M-Commerce sind eine einleuchtende Kategorisierung und ein schlanker Bestellprozess, der eine Online-Customer-Journey mit wenigen Klicks ermöglicht. Unsere Herausforderung war es, das komplexe Produktangebot im Hinblick auf die Bedürfnisse der Kunden zu strukturieren, sodass die Kunden nach zwei Klicks beim gewünschten Artikel sind“, beschreibt Sandra Militello, Teamleiter Beratung, die Herausforderung bei der Gestaltung der neuen mobilen Version des Shops. Die minimalistische Gestaltung des Shops und die neueste Oxid-Technologie sorgen für schnelle Ladezeiten.

Auch bei der Desktopvariante des Shops ist einiges passiert. Neue Features erleichtern das Stöbern und Shoppen im umfangreichen Cape-June-Sortiment. Basierend auf den Learnings des ersten Jahres wurde der Shop optimiert und für die Kunden noch nutzerfreundlicher gestaltet. „Wer auf der Suche nach einem Cape-June-Drink ist, findet seine Lieblingsorte nun noch schneller. Zu diesem Zweck wurden die Drinks in vier verschiedene Geschmackswelten unterteilt“, erläutert Susanne Pluta, Geschäftsführerin von Cape June, das neue Konzept des Shops. Liebhaber fruchtiger Drinks finden jetzt direkt zu ihren Favoriten, ebenso wie Kunden, die auf der Suche nach Schokoladen- oder Kaffeevariationen sind.

Die Änderungen im Shop basieren auf der Analyse der User-Daten der letzten zwölf Monate. Neben Online-Statistiken flossen auch die Learnings aus den Teleshopping-Shows und das Feedback der Kunden im Service-Center in die Optimierungen mit ein.

„Die Änderungen im Webshop sind nur eine Facette unseres Markenauftritts. Neben dem Online-Auftritt gab es bei Cape June noch weitere Veränderungen: Seit Oktober können unsere Kunden das Cape-June-Diätprogramm live im TV bei QVC erleben. In unseren Shows erläutert die Wellnessexpertin Nandini Mitra die einzelnen Bausteine des Ernährungskonzepts. Als Moderatorin im Sport- und Fitnessbereich weiß Frau Mitra um das Zusammenspiel von richtiger Ernährung und Bewegung und kann unseren Zuschauern das Abnehmprogramm kompetent erläutern“, freut sich Susanne Pluta.

Über Cape June

Hinter der Marke Cape June steht ein ganzheitliches Diätprogramm für einen dauerhaften Abnehmerfolg. Das Cape-June-Diätkonzept bietet allen, die ihr Gewicht reduzieren möchten, ein individuelles System, das auf die jeweiligen Bedürfnisse zugeschnitten werden kann. So können Teilnehmer sich, je nach ihren speziellen Anforderungen, das für sie optimale Abnehm-Programm zusammenstellen. Mehr als 1 Mio. Kunden/innen in Deutschland und Italien verwenden Cape-June-Produkte. Cape June ist das erfolgreichste Diätprogramm im deutschen TV-Shopping. Entwickelt und vertrieben werden die Produkte der Marke Cape June durch Intelligent Healthcare Solutions, eine 100-prozentige Merck-Tochter.

www.capejune.de

Über dsb ebusiness

Das 2010 gegründete Unternehmen gehört zur dsb Gruppe und hat sich auf die Beratung im Bereich E-Commerce spezialisiert. Darüber hinaus unterstützen und begleiten die Consultants bei dsb ebusiness ihre Kunden bei der Realisierung umfangreicher E-Shop-Lösungen. Zum Leistungsportfolio gehört auch die Durchführung von Online-Marketing-Aktivitäten, wie Newsletter-Kampagnen oder die Betreuung von SEO und SEA. Eigenentwicklungen im Bereich Data-Warehouse ermöglichen den Kunden komplexe Analysen und eine genaue Maßnahmensteuerung.

Unter der Dachmarke dsb firmieren rechtlich eigenständige Unternehmen mit unterschiedlichen Aufgabenschwerpunkten: So konzentriert sich das Expertenteam von dsb ccb solutions auf die Weiterentwicklung und den Betrieb von ccb by dsb® – Deutschlands führender Customer-Care- und Billing-Plattform für die Verlagsbranche. Der Fokus der Schwestergesellschaft dsb cloud services liegt hingegen auf dem Gebiet Managed und Application-Hosting im eigenen virtualisierten und zertifizierten Cloud-Datacenter. Zu den Kunden der dsb Gruppe gehören neben namhaften internationalen Verlagen und Verlagsdienstleistern wie zum Beispiel FUNKE direkt, Vogel Business Media oder Future Publishing PLC auch renommierte Markenartikler wie Atelier GARDEUR oder GEORGE GINA & LUCY.

www.dsb-ebuisness.com