

PRESSEMITTEILUNG

Hamburg, den 04.10.2016

Globetrotter Ausrüstung launcht neuen Webshop

Seit dem 28. September präsentiert sich Globetrotter mit einem neuen Webshop. Mit neuen Omnichannel-Funktionen verbindet der neue Webshop den Online-Handel und das Stationärgeschäft auf einzigartige Weise. Neue Services, ein insgesamt neuer Aufbau und inspirierende Inhalte machen den Online-Einkauf auf globetrotter.de zum echten Erlebnis.

Im Zentrum der Neuentwicklung stand für Globetrotter die Verbesserung der „User Experience“. Nutzbarkeit, Nützlichkeit und Nutzungsfreude werden im neuen Online-Shop deutlich gesteigert – und damit auch die Gesamterfahrungen mit der Marke Globetrotter. „Als Omnichannel-Retailer war es uns zudem ganz wichtig, durch die Integration neuer Services und Funktionen auch immer wieder die Brücke zum Filialgeschäft zu schlagen“, so Christian Zien, Leiter E-Commerce. Durch die geographische Lokalisierung von Verfügbarkeiten etwa wird direkt in der Bestandsanzeige dargestellt, ob das Produkt in der jeweiligen Filiale vorrätig ist. Per Click&Collect können Wunschprodukte online bestellt und in einer Globetrotter Filiale abgeholt werden. Auch Filialevents, wie Vorträge und Reiseberichte, sind im neuen Webshop direkt buchbar. Darüber hinaus können Personal-Shopping-Termine direkt im neuen Webshop vereinbart werden. Mit der produkt-spezifischen Kaufberatung durch lokale Globetrotter-Experten und einen zukünftigen LiveChat wird die Beratungskompetenz von Globetrotter auch online erlebbar. Neue Produktkategorien und der thematische Einstieg über bevorzugte Aktivitäten sorgen für eine verbesserte Orientierung und Übersichtlichkeit des Webshops. Auch die vereinfachte

Menüführung im Bestellprozess ist sehr bedienerfreundlich und ermöglicht eine reibungslose Customer Journey durch die gesamte Globetrotter Welt.

Mit der Integration des neuen Globetrotter.TV und Beiträgen aus dem Globetrotter Magazin wird der Einkauf mit spannenden Inhalten auch in Form von Bewegtbildern angereichert. Das Stöbern nach neuen Produkten wird so zur echten Entdeckungsreise. Und das für jeden individuell maßgeschneidert: Anhand von Kundeninteressen und der Bestimmung des Standorts werden z.B. Angebote und Produktlistings personalisiert ausgespielt.

Der neue Globetrotter Online-Shop wurde in Zusammenarbeit mit der novomind AG entwickelt und basiert auf der Software novomind iPIM & iSHOP. Konzeption, Interface Design und Frontend-Realisierung übernahm Shaken not Stirred, eine unabhängige, inhabergeführte Digitalagentur mit Fokus auf Markenkommunikation, E-Commerce und Online Marketing.