

Ein Jahr ZALON - die wichtigsten Erkenntnisse im Bereich Curated Shopping

+++ Kunden fordern engen Austausch mit Stylisten für erfolgreiche Stylingberatung +++

+++ Divergente Kundenpräferenzen erfordern unterschiedliche Kommunikationsmittel und kreative Rahmenbedingungen +++

+++ Mobile Beratung bei ZALON +++

Seit dem offiziellen Start im Mai 2015 kann Zalon by Zalando auf ein erfolgreiches erstes Geschäftsjahr zurück blicken. Mit dem Fokus auf hohe Kundenzufriedenheit hat die Online-Plattform für persönlichen Styling Service diverse Features und zum Test integriert und so die Förderung einer intensiven Kommunikation zwischen Kunde und Stylist vorangetrieben. Diese ist laut eigenen Angaben das Erfolgsrezept für das Geschäftsmodell. Das Ergebnis: volle Warenkörbe, zufriedene Stylisten und Kunden mit perfekten Outfits.

Enger Austausch zwischen Kunde und Stylist ist das A und O

Die Vision von langfristigen Beziehungen zwischen Kunden und Stylist gehört zu Zalons ursprünglichen Ambitionen. Um dieser Vision näher zu kommen startete das Unternehmen mit dem Angebot eines persönlichen Stylisten-Telefonats. „Wir haben schnell gesehen, dass unsere Kunden weiteren Kontakt mit ihren Stylisten einfordern, der über den Call hinaus geht“, erklärt Ivo Scherkamp, Geschäftsführer von Zalon by Zalando. „Daher haben wir im September 2015 mit der Integration eines einfachen Nachrichtenprogramms reagiert. Durch das Customer Messaging Tool können Stylist und Kunde zu jederzeit kommunizieren. Mit dem Unpack Call bieten wir unseren Kunden zudem auch nach Erhalt der Box eine zusätzliche Rückmeldeoption.“ Die Auswahl der unterschiedlichen Beratungsmöglichkeiten kommt bei den Kunden gut an: laut einer unabhängige Studie von der deutschen Gesellschaft für Verbraucherstudien mbH (DtGV) schneidet Zalon als Testsieger im Bereich Beratung und Service ab.

Viele Wege führen zum Outfit

Um die Kundenwünsche punktgenau treffen zu können, wird die Arbeit des Stylisten durch diverse Prozesse im Back-End unterstützt. Der Online-Fragebogen formt die Basis des Shoppingsmodells und wurde im Rahmen des ersten Jahres bereits in einer 2.0 Version optimiert und komprimiert. „Das Nutzerverhalten zeigt, dass für unsere Kunden vor allem visuelle Aspekte eine wichtige Rolle spielen. Rund **80 Prozent** der Kunden nutzen bereits die Option des Fotouploads“, erklärt Ivo Scherkamp. Zudem hat das Unternehmen eine Outfit Preview integriert, durch die Kunden noch vor Versand der Box eine Vorschau auf die Outfitwahl erhalten und gegebenenfalls Änderungswünsche an den Stylisten kommunizieren können.

Mobile First

60 Prozent der Zugriffe auf www.zalon.de erfolgen über mobile Endgeräte. Um diesem Nutzerverhalten gerecht zu werden, arbeitet Zalon derzeit an der Entwicklung einer Styling App. Aktuell ist bereits ein App Use Case für Android Nutzer verfügbar. Ausgewählte Kunden dürfen die App testen und durch ihr Feedback optimieren. Parallel dazu wird ein iOS Case entwickelt, der im Sommer 2016 auf den Markt kommt.

Notes to Editors

Über Zalon

Zalon by Zalando ist eine kostenlose Shopping-Beratung, bei der sich Kunden persönlich und individuell von Stylisten und Mode-Experten beraten lassen können. Der Stylist, den sich der Kunde selbst aussucht, geht gern auf konkrete Wünsche ein. Auch per Telefon ist es möglich persönlichen Kontakt zum Stylisten aufzunehmen und über das gewünschte Outfit zu sprechen. Dieser stellt aus einem Sortiment mit 1500 Premium- und Lifestyle Brands je nach Vorliebe, Anlass und Budget individuell Looks zusammen und sendet diese bequem und einfach zur Anprobe zu – versandkostenfrei und mit 30 Tagen Rückgaberecht. Gelauncht wurde Zalon im Mai 2015.

Über Zalando

Zalando (<https://corporate.zalando.de>) ist Europas führende Online-Plattform für Mode. Wir bieten unseren Kunden eine umfassende Auswahl an Bekleidung, Schuhen und Accessoires für Damen, Herren und Kinder bei kostenfreiem Versand und Rückversand. Das Sortiment reicht von weltweit bekannten Marken über lokale und Fast-Fashion Brands bis hin zu selbst designten Private Labels. Die Zalando-Shops sind lokal auf die Bedürfnisse der Kunden in 15 verschiedenen europäischen Märkten zugeschnitten: Belgien, Deutschland, Dänemark, Finnland, Frankreich, Italien, Luxemburg, Niederlande, Norwegen, Österreich, Polen, Schweden, Schweiz, Spanien und das Vereinigte Königreich. Zalandos Logistiknetzwerk mit drei zentralen Logistikzentren in Deutschland ermöglicht die effiziente Versorgung aller Kunden in ganz Europa. Wir sind überzeugt, dass der Dreiklang aus Mode, Technologie und Logistik unseren Kunden und Markenpartnern einen Mehrwert bietet. Die internationalen Zalando-Shops verzeichnen monatlich mehr als 131 Millionen Besuche, von denen im dritten Quartal 2015 rund 59 Prozent von mobilen Endgeräten kamen. Die Zahl aktiver Kunden stieg im gleichen Zeitraum auf 17,2 Millionen.

Kontakt Zalon by Zalando

Kerstin Schumacher
T +49 (0) 152 56772337
E kerstin.schumacher@zalando.de

Kontakt BOLD

Tanja Deckstein
T +49 (0) 30 20 21 577 24
E tanja.deckstein@boldberlin.com

