

Hamburg, 10. August 2016

### **bonprix setzt verstärkt auf individualisierte Online-Beratung und launcht BH-Berater im Webshop**

**Die individuelle Kundenberatung gewinnt im E-Commerce massiv an Bedeutung. Finden Verbraucher im Webshop exakt auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Angebote, so erhöht das den Kundennutzen und damit die Zufriedenheit. Das internationale Modeunternehmen bonprix legt den Fokus daher auf eine differenzierte Modeberatung und bietet ab sofort ein neues Beratungstool für BHs auf bonprix.de. Der Online-Berater führt die Kundin in nur vier Schritten zu einer individuellen Empfehlung und präsentiert maßgeschneiderte BH-Angebote direkt im Shop.**

Den richtigen BH zu finden, stellt viele Frauen vor eine Herausforderung. Ohne Beratung zur Größe und Passform, finden nur wenige Frauen das optimale Produkt. Mit dem neuen BH-Berater richtet sich bonprix an eine breite Zielgruppe und unterstützt seine Kundinnen bei der Suche nach dem passenden BH.

„Fehlende Beratungsleistung wird vom Verbraucher als eine der größten Schwächen im Online-Modehandel gesehen. Diesen Kundenservice aus dem spezialisierten stationären Handel in die Online-Welt zu übertragen, ist eine große Herausforderung im E-Commerce“, sagt Markus Fuchshofen, Geschäftsführer E-Commerce Online Marketing, Vertrieb und Marke bei bonprix. „Mit Tools wie dem BH-Berater möchten wir das Einkaufserlebnis im Online-Shop steigern. Im Idealfall führt der Service dazu, dass die Kundin am Ende ein für sie perfektes Produkt gefunden hat, sie die Beratung als positive Erfahrung in Erinnerung behält und unseren Shop gerne wieder besucht.“

#### **In nur vier Schritten zum passenden Angebot**

bonprix hat in den letzten Jahren das Wäschesortiment deutlich ausgebaut. Allein im deutschen Online-Shop werden jährlich rund 1,5 Millionen BHs verkauft. Aus Befragungen der Zielgruppe konnte der Modeanbieter bei der Konzeption des BH-Beraters eine Vielzahl an hilfreichen Erkenntnissen und Consumer Insights nutzen. Entwickelt wurde das neue Online-Tool von einem interdisziplinären Team aus den Bereichen E-Commerce, Einkauf und Qualitätsentwicklung. Die Orientierung an den Bedürfnissen der Kundin stand hier im Vordergrund, so dass Konzept und Umsetzung auf dem Weg zur Marktreife zahlreichen Usability-Tests unterzogen wurden.

Im Ergebnis ist der BH-Berater einfach und intuitiv verständlich, denn in nur vier Schritten nähert sich die Kundin der individuellen Empfehlung. Das Tool fragt nach den Maßen, dem Brusttyp und den Wünschen nach Passform und Effekten. Der Algorithmus des BH-Beraters ist so konfiguriert, dass er ausschließlich die verfügbaren BHs in der richtigen Größe anzeigt. Es geht also direkt von der Beratung zum individuellen Angebot. Begleitet wird dies von

redaktionellen Inhalten. Dazu gehören etwa Tipps, woran eine Frau erkennt, ob ihr BH richtig sitzt.

## **Beratungskompetenz macht den Unterschied**

Der BH-Berater ist das erste Tool für eine individualisierte Online-Beratung bei bonprix und ergänzt die klassische Beratung wie beispielsweise Größentabellen. Der Roll-out erfolgt zunächst auf dem deutschen Markt für die Desktopanwendung und wird durch weitere Maßnahmen begleitet, wie zum Beispiel ein Online-Video, das beim richtigen Ausmessen anleitet. Eine internationale Adaption und Lösungen für mobile Endgeräte sind in Planung. Markus Fuchshofen sieht bei Serviceangeboten wie dem BH-Berater großes Potential, um das Einkaufserlebnis im Webshop zu steigern. „Wir beschäftigen uns intensiv mit der Thematik differenzierter Modeberatung und werden, orientiert an den Kundenbedürfnissen einer breiten Zielgruppe, das Konzept kontinuierlich weiterentwickeln und auf andere Sortimente ausweiten.“ Derzeit arbeitet bonprix an einem weiteren Beratungstool. Dabei wird es um das Thema Jeans gehen.

### **Links:**

#### **bonprix BH-Berater:**

<http://www.bonprix.de/kategorie/waesche-damenwaesche-bhs/>

#### **bonprix BH-Berater Videoanleitung „Richtig messen“:**

<http://www.bonprix.de/category/waesche-damenwaesche-bhs/?adviserIsActive=true>

### **Über bonprix**

bonprix ist ein international erfolgreicher Modeanbieter und in 29 Ländern weltweit vertreten. Das Unternehmen der Otto Group mit Sitz in Hamburg besteht seit 1986 und hat heute rund 3.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2015/16 (29. Februar) erwirtschaftete die bonprix Handelsgesellschaft mbH einen Umsatz von 1,432 Milliarden Euro und ist damit eines der umsatzstärksten Unternehmen der Gruppe. Bei bonprix erleben Kunden Mode und Shopping auf allen Kanälen – online, per Katalog oder in einem der Fashion Stores. Den Hauptanteil des Umsatzes macht mit über 70 Prozent der E-Commerce aus. In Deutschland gehört [www.bonprix.de](http://www.bonprix.de) zu den zehn umsatzstärksten Online-Shops\*. Mit den Eigenmarken bpc, bpc selection, BODYFLIRT, RAINBOW und John Baner vertreibt bonprix ausschließlich eigene Mode mit einem ausgezeichneten Preis-Leistungs-Verhältnis. Das Sortiment umfasst Damen-, Herren- und Kindermode, Accessoires, Heimtextilien und Wohnartikel.

*\*Quelle: Studie „E-Commerce-Markt Deutschland 2015“ von EHI Retail Institute / Statista*

### **Pressekontakt**

Katharina Schlensker  
Leiterin Externe Unternehmenskommunikation  
bonprix Handelsgesellschaft mbH  
Tel.: +49 (0)40 / 64 62-2070  
E-Mail: [katharina.schlensker@bonprix.net](mailto:katharina.schlensker@bonprix.net)  
<http://www.bonprix.de/company/presse/>