



## Herausforderung:

- Suchqualität verbessern
- Usability optimieren
- Reporting ermöglichen

## Lösung:

- Fehlertolerante Suche
- After Search Navigation
- Reporting-Modul

## Ergebnis:

- Mehr zufriedene Kunden
- Gesteigerte Conversion-Rate
- Geringerer Pflegeaufwand

# hessnatur.de

design for life

## FACT-Finder steigert die Usability des US-Webshops von hessnatur...

Suchfunktion aus dem Hause Omikron Data Quality kommt auch im neuen US-Shop von hessnatur zum Einsatz

Wenn die Suche im Webshop nicht die gewünschte Leistung bringt, kommen selbst ausgeklügelteste E-Commerce-Strategien nicht zum gewünschten Erfolg. Diese Erfahrung musste auch hessnatur machen. Der deutsche Marktführer für Naturtextilien wechselte deshalb von einer selbstentwickelten Suche zu FACT-Finder – und profitiert seitdem von punktgenauen Suchergebnissen, mehr Kundenzufriedenheit und steigenden Umsätzen im E-Commerce. Jetzt hat hessnatur einen neuen Online-Shop für den US-Markt eröffnet...

*„Mit dem Namen FACT-Finder verbinden wir kompetente Beratung, schnelle Reaktionszeiten der Mitarbeiter, eine unkomplizierte und hervorragende Implementierung sowie umfassenden Support“*

Ingo Bittner, Leiter Marketing & Vertrieb hessnatur

## Eigene Suche hatte Schwächen

Kornelia Hejduk, Shop- & Projektmanagerin eCommerce bei hessnatur, erinnert sich: „Vor sechs Jahren hatten wir in unseren deutschsprachigen Online-Shops noch eine selbstentwickelte Suche im Einsatz, die uns aber nicht wirklich zufrieden stellte. Erstens ließ die Qualität der Suchergebnisse zu wünschen übrig, und zweitens störten uns die langen Ladezeiten. Außerdem waren wir an einer Suchlösung interessiert, die uns detaillierte Auswertungsmöglichkeiten an die Hand geben konnte. Was die Mannschaft von FACT-Finder präsentierte, machte uns spontan neugierig.“

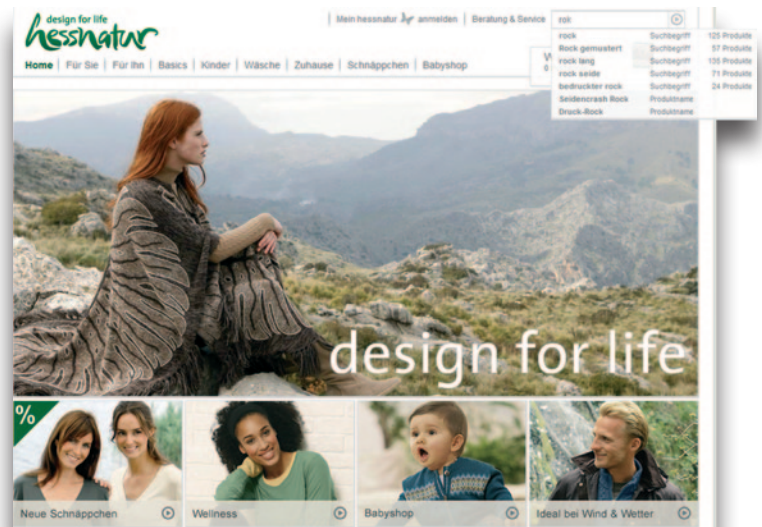
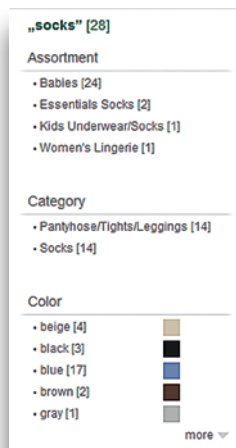
## Neue Suche toleriert Schreibfehler

Bei hessnatur entschied man sich sehr schnell für FACT-Finder. Bei der schnellen Integration half auch die Praxiserfahrung mit bestehenden Textil-Markenshops wie Esprit, Puma oder Heine. So war die neue Suche innerhalb von wenigen Tagen live!

Der Clou der neuen Suche: Sie ist fehlertolerant! Das heißt: FACT-Finder führt die Kunden selbst dann zum Ziel, wenn diese Tipp- oder Rechtschreibfehler machen und beispielsweise „Kashmere Cradigan“ statt „Cashmere Cardigan“ in die Suchmaske eintippen. Kaufabbrüche werden damit effektiv vermieden. Der Umsatz steigt...

## Noch mehr Usability

Bei hessnatur übernimmt FACT-Finder neben der intelligenten Suche auch die Navigation sowie die After Search Navigation, die eine hohe Anzahl von Produkttreffern sinnvoll einschränkt. Tippt ein User beispielsweise im US-Webshop ganz allgemein „socks“ ein, bietet FACT-Finder ihm die Möglichkeit, die Treffer nach Eigenschaft wie Sortiment, Kategorie oder Preis einzuschränken. Die richtigen Produkte erscheinen dann schon mit dem nächsten Klick – für mehr Usability.



## Sprachenunabhängige Technologie

FACT-Finder ist sprachenunabhängig und benötigt keine im Thesaurus hinterlegten und pflegeaufwendigen Wortlisten. So konnte die Suche praktisch ohne Anpassung in den US-Shop von hessnatur integriert werden. Die Adaptation an weitere Sprachen wie etwa französisch, polnisch oder schwedisch und sogar an andere Alphabete wie das Kyrillische ist bei FACT-Finder ebenfalls „out of the box“ gegeben. Über zehn Prozent der FACT-Finder-Kunden nutzen diese Möglichkeit schon.

*„Seit vielen Jahren zählen wir zu den begeisterten Kunden von FACT-Finder.“*

Ingo Bittner, Leiter Marketing & Vertrieb hessnatur

## Fazit: Zufriedene Kunden

Bei hessnatur zeigt man sich begeistert von der hochperformanten Suchlösung: „Die Suchalgorithmen und Tools, die uns FACT-Finder zur Verfügung stellt, gewährleisten beste Suchergebnisse und garantieren somit im hohen Maße die Zufriedenheit unserer Kunden.“

[www.hessnatur.de](http://www.hessnatur.de)  
[www.fact-finder.de](http://www.fact-finder.de)