

Presseinformation

Kundenorientierte Optimierung des Online-Erlebnisgeschenke-Portals zeigt Wirkung

MYDAYS hört mit Marktforschungslösung etracker Visitor Voice auf seine Kunden

Hamburg, 12. Januar 2010 +++ Die mydays GmbH setzt zur kundenorientierten Website-Optimierung auf etracker Visitor Voice, die professionelle Besucherbefragungs-Lösung der etracker GmbH (www.etracker.com). Die mydays GmbH betreibt ein Erlebnisgeschenke-Portal auf www.mydays.de. Bereits seit 2006 optimiert MYDAYS seine deutsche Website mit etracker Web Analytics und seit 2008 auch die Länderpräsenzen in Österreich, Italien, Spanien, Frankreich und den Niederlanden. Zusätzlich kommt jetzt auf dem gesamten MYDAYS-Portal etracker Visitor Voice in verschiedenen Sprachen zum Einsatz. Durch die kontinuierlichen Befragungen mit Visitor Voice erfährt MYDAYS länderspezifisch, wie zufrieden die Besucher mit verschiedenen Website-Aspekten sind und erhält zudem wertvolle Informationen zu Zielen, Zielerreichung und soziodemographischen Merkmalen. „Ein großer Vorteil von Visitor Voice ist die Kontinuität der Befragungen“, so Christiane Frankhauser, Manager Marketing und Vertrieb bei MYDAYS. „Wir können die Zufriedenheit unserer Besucher jederzeit kostengünstig und ohne großen Aufwand ermitteln. Visitor Voice hilft uns, unsere Web-Präsenz länderspezifisch auf Basis konkreter Handlungsempfehlungen noch kundenorientierter zu optimieren. Gleichzeitig können wir auch den Erfolg von Änderungen, die wir auf den Länder-Websites vorgenommen haben, zeitnah validieren – durch die Befragung wissen wir sofort, ob die Kunden damit zufrieden sind oder nicht.“

Von den eine Million Besuchern, die jeden Monat auf das Online-Portal kommen, lädt MYDAYS fünf Prozent zur Befragung ein. Die Resonanz ist sehr positiv: von den Angesprochenen stimmen rund sechs Prozent der Befragung zu und über ein Drittel davon durchläuft sie komplett. Der kombinierte Einsatz von etracker Web Analytics und etracker Visitor Voice zeigt bereits erste Erfolge: So hat MYDAYS auf Basis der Handlungsempfehlungen und der konkreteren Kommentare der Besucher den Warenkorb und die Suchfunktion optimiert. Das Ergebnis: 60 Prozent weniger Kommentare, dass ein angebotenes Produkt nicht gefunden werden konnte, und eine um 10 Prozent geringere Abbruchrate im Bestellprozess. Dank der geringeren Abbruchrate konnte MYDAYS seinen Umsatz deutlich steigern, und der ROI von Visitor Voice wurde bereits nach wenigen Wochen erreicht. „Aufgrund der Erkenntnisse aus Web Analytics und Visitor Voice haben wir die Usability des MYDAYS-Portals bereits deutlich erhöht“, so Frankhauser. „Für 2010 werden wir die Online-Präsenz weiter auf die Bedürfnisse unserer Zielgruppe hin optimieren.“

Über die etracker GmbH

Die etracker GmbH aus Hamburg ist mit mehr als 65.000 Kunden ein in Europa führender Anbieter von Produkten und Dienstleistungen zur Optimierung von Websites und Online-Marketing-Kampagnen. etracker bietet zwei hoch integrierte Produktlinien zur gezielten Optimierung und Steuerung von Online-Aktivitäten: etracker Web Analytics und etracker Visitor Voice. Die professionelle Web-Controlling Lösung von etracker bietet eine quantitative Echtzeit-Analyse des Besucherverhaltens, während etracker Visitor Voice durch standardisierte, aktive Befragungen die Wünsche der Besucher ermittelt und konkrete Handlungsempfehlungen zur Website-Verbesserung liefert. Mit einer produktübergreifenden Benchmark-Funktion eröffnet etracker zudem umfassende Vergleichsmöglichkeiten für sämtliche Branchen, durch die sich Defizite oder Verbesserungspotenziale im Marktumfeld erkennen und Wettbewerbsvorteile erzielen lassen.

Als erstem Web-Controlling-Unternehmen überhaupt wurde der etracker GmbH nach einem aufwändigen Prüfverfahren durch den Hamburgischen Datenschutzbeauftragten die datenschutzrechtliche Konformität bescheinigt. Die etracker Lösungen wurden bereits mehrfach mit Innovationspreisen sowie für ihr herausragendes Preis-Leistungs-Verhältnis ausgezeichnet. Zu den Referenzkunden von etracker zählen unter anderen: Air Berlin, ARAG, B.Braun, Burger King, CreditPlus Bank, Dänisches Bettenlager, Fielmann, Fraport, Galeria-Kaufhof, HSBC Trinkaus & Burkhardt, Infraserb Höchst, Jack Wolfskin, LBS, O2, Sedo, Sky, Spiegel Verlag, T-Online, Tipp24, Travelchannel, UNICEF und United Domains.

MYDAYS. Magische Momente schenken.

Die mydays GmbH ist der Experte für erlebnisreiches Schenken. Auf www.mydays.de finden sich mehr als 850 verschiedene Erlebnisse für alle Geschenkanlässe. Das Unternehmen steht für einen hochwertigen, sicheren und kundenorientierten Online-Geschenke-Service mit speziell geprüften Erlebnisprodukten. Das Unternehmen mit Sitz in München wurde 2003 von Fabrice Schmidt und Thomas Söhn gegründet. 2004 ergänzte Alexander Lasslop und 2009 Frank Windau die Geschäftsführung. Derzeit beschäftigt das Unternehmen mehr als 100 Mitarbeiter. MYDAYS Erlebnisgeschenke werden über den Onlineshop sowie in über 5.000 angeschlossenen Reisebüros vertrieben. 2005 wurde MYDAYS als erster Online-Erlebnisvermittler mit dem s@fer-shopping-Zertifikat des TÜV SÜD ausgezeichnet, das für geprüfte Qualität, Sicherheit und Transparenz beim Online-Shopping steht. 2008 expandierte MYDAYS erfolgreich ins europäische Ausland (Spanien, Italien, Frankreich, Österreich und Niederlande).

Weitere Informationen unter: www.mydays.de

Kontakt:

etracker GmbH
Christian Bennefeld
Alsterdorfer Str. 2a
22299 Hamburg
Tel. +49 (0)40 / 55 56 59-50
Fax +49 (0)40 / 55 56 59-59
presse@etracker.com
www.etracker.com

Möller Horcher Public Relations GmbH
Venera Souleimanova
Ludwigstr. 74
63067 Offenbach
Tel. +49 (0)69 / 80 90 96-48
Fax + 49 (0)69 / 80 90 96-59
venera.souleimanova@moeller-horcher.de
www.moeller-horcher.de