

CASE STUDY

lavera

NATURKOSMETIK

shopware[®] DOOFINDER[®]





Vorteile von Shopware & Partner

Die Integration von DooFinder mit Shopware nutzt die Stärken beider Systeme optimal aus. Shopwares leistungsstarke E-Commerce-Fähigkeiten kombiniert mit DooFinders fortschrittlicher Search & Discovery Lösung garantieren präzise und personalisierte Suchergebnisse, was die Konversionsraten erhöht. Echtzeit-Analytik liefert Einblicke in das Kundenverhalten und Trends, während Funktionen wie automatische Vervollständigung, Vermeidung von leeren Suchergebnissen und Boosting-Regeln sich an den Geschäftszielen ausrichten.

Die Lösung integriert sich nahtlos in Shopware, ist anpassbar, mobil optimiert, unterstützt mehrere Sprachen und bietet hohe Leistung und Skalierbarkeit. DooFinder verbessert die Benutzererfahrung, steigert die Verkäufe und maximiert die E-Commerce-Funktionalitäten von Shopware für eine hohe Rentabilität.



lavera

NATURKOSMETIK

In dieser Case Study analysieren wir Lavera, einen innovativen Anbieter im Bereich der Naturkosmetik. Lavera hat sich mit einem umfangreichen Sortiment an Produkten aus natürlichen Inhaltsstoffen, einschließlich Haut- und Haarpflege sowie Make-up, als Vorreiter in der Branche positioniert. Besonders hervorzuheben ist Laveras Engagement für umweltfreundliche Herstellungsprozesse und die Verwendung nachhaltiger Materialien.

Diese Studie beleuchtet, wie Lavera durch eine fortschrittliche Search & Discovery Funktionen auf seiner Website integriert hat, um Kunden dabei zu helfen, genau die Produkte zu finden, die ihren individuellen Bedürfnissen und ethischen Überzeugungen entsprechen, wodurch das Einkaufserlebnis signifikant verbessert wird.

OVERVIEW

DOOFINDER®

Sector: Naturkosmetik

Platform: Shopware 6

Layer: Layer Fullscreen

DooFinder Kunden seit: 2023

Herausforderungen

Für Lavera stellt die Optimierung der Online-Suchfunktionen eine wesentliche Herausforderung dar, um im Markt der Naturkosmetik bestehen zu können. Insbesondere das schnelle Identifizieren und Beheben von Slow Performern ist entscheidend, um die Effizienz und Leistung der Suchmechanismen zu steigern. Zudem erfordert das dynamische Erkennen von Trends in Echtzeit eine kontinuierliche Anpassung und Feinabstimmung der Systeme, um den sich schnell ändernden Kundenbedürfnissen gerecht zu werden.

Ein weiteres kritisches Element ist die Reduzierung der Suchanfragen, die zu keinen Ergebnissen führen. Dies nicht nur aus Gründen der Nutzerzufriedenheit, sondern auch, um tiefergehende Einblicke in die unerfüllten Bedürfnisse der Lavera Kunden zu erhalten, was wiederum die Möglichkeit zur Erweiterung des Angebots bietet.

Die Fähigkeit, neue Trends schnell zu erkennen, bildet eine weitere Schlüsselherausforderung. Dies ist von großer Bedeutung für das Bestandsmanagement und die Ausrichtung der Marketingstrategien von Lavera. Zudem erfordert das verbesserte Verständnis der Kundenbedürfnisse durch präzise Datenanalyse eine ständige Überwachung und Anpassung unseres Produktpportfolios, um sicherzustellen, dass die richtigen Produkte zur richtigen Zeit bereitgestellt werden können.



“Vor DooFinder war unsere Suchfunktion langsam und oft ungenau. Jetzt ist sie schnell, präzise und benutzerfreundlich”.

Nora Babendererde, Lavera

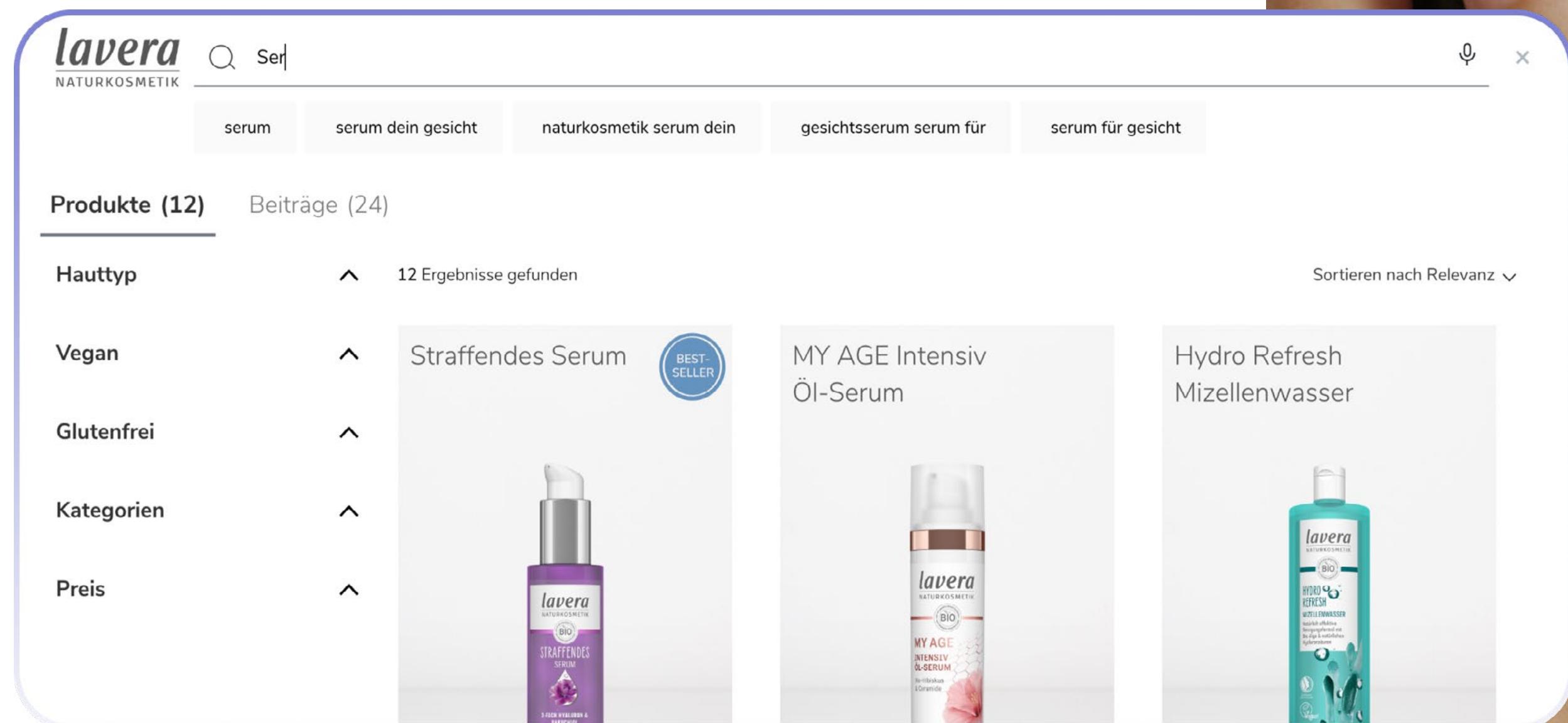


A close-up portrait of a woman with long dark hair, smiling warmly at the camera. Her right hand is raised to her face, with her fingers resting near her ear and temple. The lighting is soft and focused on her face, creating a gentle and intimate atmosphere.

T E C H N I S C H E F E A T U R E S

Echtzeit-Vorschläge

Lavera nutzt DooFinder, um seinen Kunden Echtzeit-Vorschläge anzubieten, die das Sucherlebnis erheblich verbessern. Diese Funktion ermöglicht es Kunden, schnell und effizient durch Laveras umfangreiches Sortiment an Naturkosmetikprodukten zu navigieren, indem relevante Produktvorschläge automatisch angezeigt werden, während der Kunde tippt. Dies fördert ein schnelleres und zufriedenstellenderes Einkaufserlebnis.



The screenshot shows a search interface for the brand 'lavera NATURKOSMETIK'. A search bar at the top contains the letter 'S' and a magnifying glass icon. Below the search bar, a dropdown menu lists several product categories: 'serum', 'serum dein gesicht', 'naturkosmetik serum dein', 'gesichtsserum serum für', and 'serum für gesicht'. The main content area displays a list of products under the heading 'Produkte (12)'. On the left, there are filters for 'Hauttyp' (Skin Type), 'Vegan', 'Glutenfrei', 'Kategorien', and 'Preis'. The results show three items: 'Straffendes Serum' (Best-Seller), 'MY AGE Intensiv Öl-Serum', and 'Hydro Refresh Mizellenwasser'. Each item has a small image of its respective product bottle.



Synonym-Erkennung

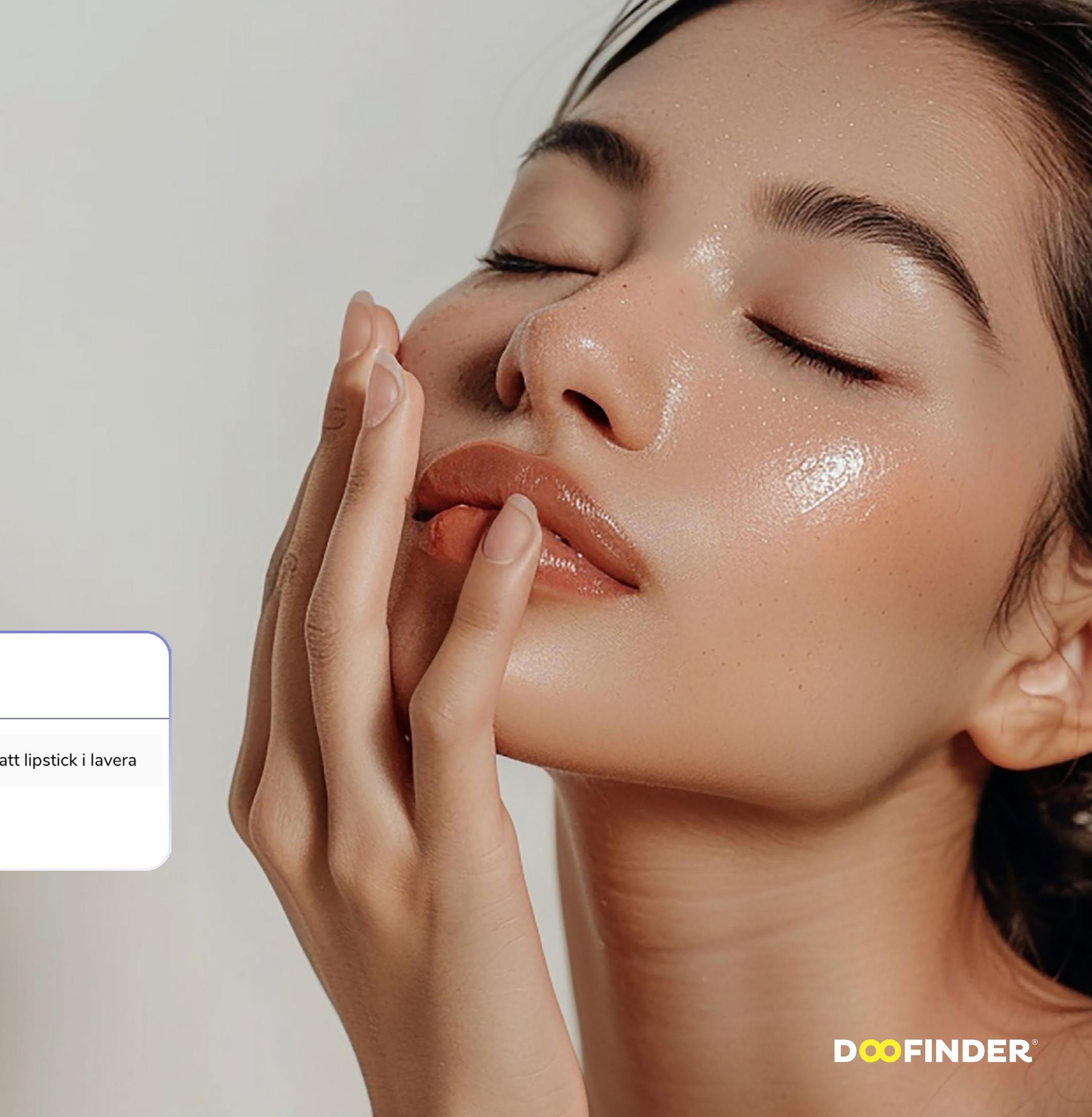
Ein weiteres Schlüsselement ist die Synonym-Erkennung, die sicherstellt, dass unterschiedliche Begrifflichkeiten, die von Kunden verwendet werden, zu denselben passenden Suchergebnissen führen.

Diese Flexibilität in der Suche macht es möglich, dass Kunden auch bei der Eingabe von alternativen oder spezifischen Produktbezeichnungen erfolgreich Produkte finden können. Zum Beispiel könnte ein Kunde nach "Feuchtigkeitscreme" suchen, während ein anderer "Hydratationslotion" eingibt.

Dank der Synonym-Erkennung werden beide Kunden auf dieselben Produkte, wie Laveras intensive Feuchtigkeitslotion, geleitet.

The screenshot shows a search interface for the brand 'lavera' NATURKOSMETIK. A search bar contains the query 'lipstik'. Below the search bar, several search suggestions are displayed in a grid:

- lavera lipsticks|
- den passenden lippenstift
- matt lipstick i lavera
- lavera cream lipsticks|
- lipstick i lavera news



Effiziente Filter

Durch die Implementierung von effizienten Filtern ermöglicht Lavera seinen Kunden, Suchergebnisse gezielt nach bestimmten Kriterien wie Produkttyp, Hauttyp oder Inhaltsstoffen zu filtern. Diese gezielte Filterung hilft Kunden, aus einer Vielzahl von Optionen schnell die Produkte zu finden, die ihren Bedürfnissen und Präferenzen am besten entsprechen.

Ein Beispiel hierfür ist, wenn ein Kunde auf der Suche nach einer Gesichtscreme für empfindliche Haut ist. Mit den Filteroptionen kann er seine Suche auf Produkte beschränken, die speziell für diesen Hauttyp formuliert sind, wie etwa Laveras "Sensitive Care" Gesichtscreme, die beruhigende und reizlindernde Eigenschaften aufweist.

The screenshot shows a user interface for searching skincare products. A dropdown menu titled 'Hauttyp' (Skin Type) is open, displaying options: 'Kombination' (Combination), 'Mischhaut' (Oily), 'Unreine Haut' (Acne-prone), 'Empfindliche Haut' (Sensitive), 'Junge Haut' (Young), and 'Normale Haut' (Normal). Below this, another dropdown menu titled 'Preis' (Price) is open, showing a range from 3 € to 21 € with a slider and numerical markers at 3 €, 12 €, and 21 €. The main search results page shows three products: 'MY AGE Intensiv Öl-Serum' (Best Seller), 'Hydro Refresh Mizellenwasser', and 'lavera STRAFFENDES Serum'. The search bar at the top contains the text 'naturkosmetik serum dein'.



Benutzerdefinierte Ergebnisse

Lavera setzt benutzerdefinierte Ergebnisse ein, um bestimmte Produkte oder Kategorien gezielt zu fördern. Diese Funktion ermöglicht es, spezielle Angebote oder Neuheiten direkt in den Suchergebnissen hervorzuheben, was die Sichtbarkeit von strategisch wichtigen Produkten erhöht und die Verkaufschancen verbessert.

lavera
NATURKOSMETIK

Produkte (20)

basis sensitiv
Reinigungsmilch

BEST-SELLER

6,59 € In den Warenkorb →

In den Warenkorb →

Naturkosmetik

Invisible Finish
Loose Powder -
Transparent-

10,99 € In den Warenkorb →

Hydro Refresh
Mizellenwasser

Reusable Remover
Pads

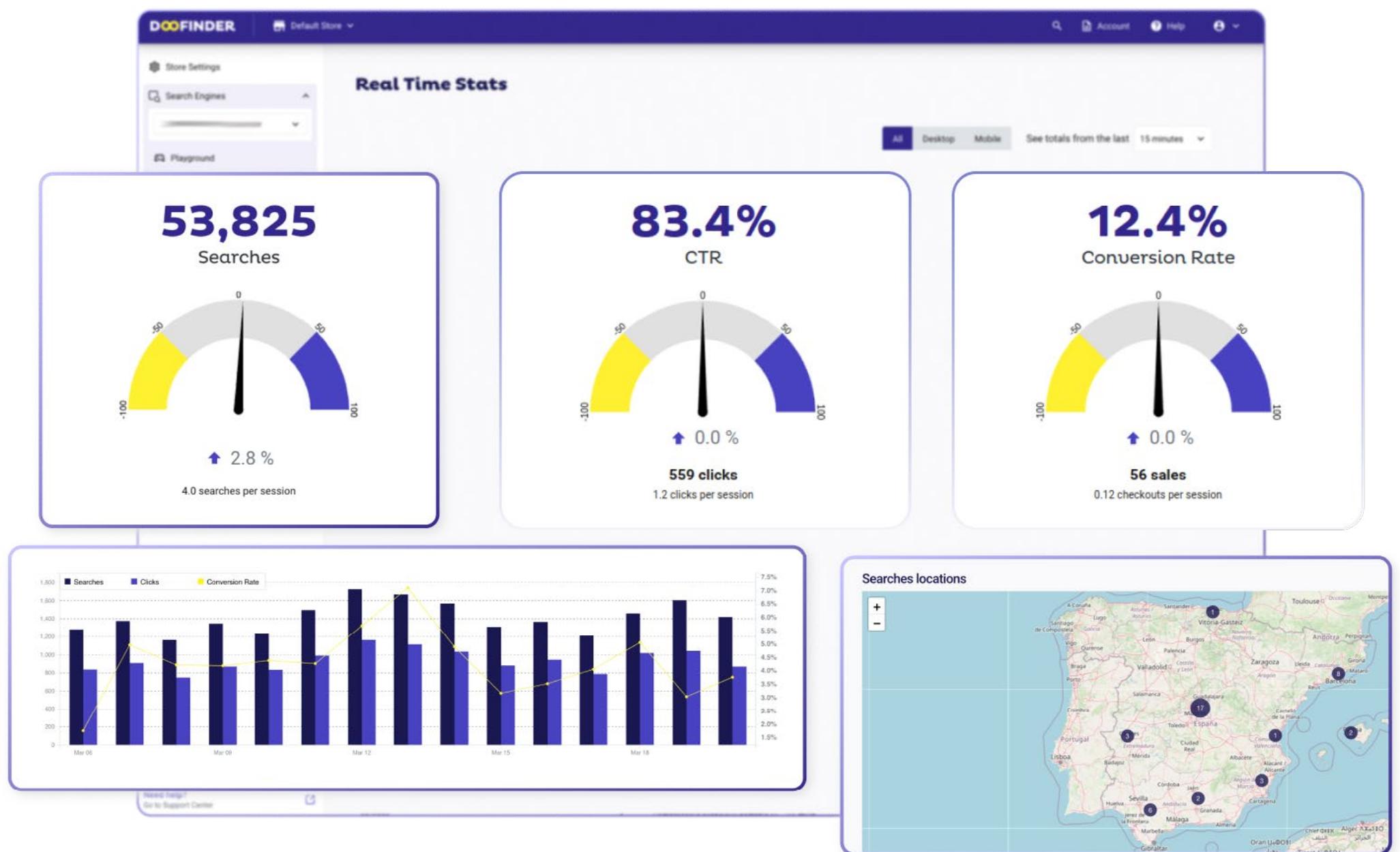
VOLUME
MASCARA -Black-



Analytics

Die Analysefunktion von DooFinder bietet Lavera tiefe Einblicke in das Suchverhalten und die Präferenzen der Kunden. Diese Daten sind entscheidend für die kontinuierliche Optimierung des Online-Shops, da sie es ermöglichen, Trends zu erkennen, das Sortiment effektiv anzupassen und das Kundenerlebnis gezielt zu verbessern. Ein konkretes Beispiel dafür ist die Beobachtung, dass viele Kunden nach veganen Hautpflegeprodukten suchen.

Diese Information nutzt Lavera, um das Angebot in dieser Kategorie zu erweitern und prominenter in den Suchergebnissen und auf der Startseite zu präsentieren.



“Die Analysen von DooFinder liefern uns detaillierte Einblicke in das, was unsere Kunden suchen, und ermöglichen es uns, ihre Bedürfnisse besser zu verstehen und zu erfüllen. Durch die Erkennung neuer Trends mithilfe der Analyse können wir unser Inventar und unsere Marketingstrategien schnell anpassen.”

Nora Babendererde, Lavera

DOOFINDER®

Multi-Index-Suche

Schließlich ermöglicht die Multi-Index-Suche von DooFinder Kunden, passende Beratungsartikel im Lavera-Magazin zu finden, die auf ihre spezifischen Suchanfragen abgestimmt sind.

Diese Integration von Produkt- und Inhaltsuche bereichert das Informationsangebot für die Kunden und unterstützt sie dabei, umfassend informierte Entscheidungen zu treffen.

lavera NATURKOSMETIK

shampoo

Produkte (17) Beiträge (5)

5 Ergebnisse gefunden

Naturkosmetik Shampoo | lavera Naturkosmetik

Naturkosmetik Shampoo ohne Silikone | lavera Naturkosmetik

Erlebe mit den festen Shampoos von lavera Naturkosmetik das Gefühl von frisch gewaschenem, natürlich gepflegtem Haar.

Genieße mit den flüssigen Shampoos von lavera Naturkosmetik ein natürliches Schaum- und Dufterlebnis - ganz ohne Silikone.

Naturkosmetik Shampoo für deinen individuellen Haartypen! Entdecke alle Varianten im lavera Sortiment

Mehr sehen → Mehr sehen → Mehr sehen →

Festes Shampoo für deine Haare | Zertifizierte Naturkosmetik

Shampoo & Waschlotion für Baby und Kinder | lavera Naturkosmetik



Die Lösung & KPI's

Die Wahl von DooFinder wurde durch seine spezifische Ausrichtung auf E-Commerce-Plattformen bestimmt, welche durch eine ausgeprägte Benutzerfreundlichkeit und die Möglichkeit, Suchergebnisse mithilfe fortgeschrittener Funktionen wie Synonymen und benutzerdefinierten Ergebnissen zu verfeinern, ergänzt wird. Ein zusätzlicher, ausschlaggebender Faktor für diese Entscheidung war das hervorragende Verhältnis von Kosten zu Nutzen.



“

“DooFinder hat unsere Suchfunktion transformiert und sie effizienter sowie kundenfreundlicher gemacht.”.

Nora Babendererde, Lavera

”



DOOFINDER®

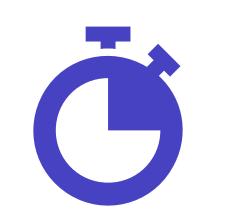
KPIs

Seit der Integration von DooFinder hat der Lavera bemerkenswerte Verbesserungen erlebt:

 **20%ige** Steigerung der Konversionsrate.

 **15%ige** Reduzierung der Absprungrate

 Effizienz im Produktinventar - mit **Vorschlägen für Suchanfragen ohne Ergebnisse**

 Verweildauer auf der Webseite: Die durchschnittliche Sitzungsdauer stieg von **3:58 Minuten auf 4:09 Minuten.**



Results

Täglich unterstützt DooFinder Lavera dabei, die Zeit, die ihre Kunden benötigen, um das gewünschte Produkt zu finden, erheblich zu verkürzen. Dies verbessert nicht nur das Einkaufserlebnis, sondern trägt auch zu einer Erhöhung der Konversionsraten bei.

Zusätzlich gibt DooFinder Einblicke in die von Lavera's Kunden gesuchten Keywords, was es uns ermöglicht, die Suchergebnisse kontinuierlich zu optimieren.

Diese Synergie aus fortlaufender Verbesserung und effektiver Zusammenarbeit macht DooFinder zu einem unverzichtbaren Bestandteil des Online-Erfolgs von Lavera.

Lavera betrachten DooFinder als langfristigen Partner, da seine kontinuierliche Innovation deutliche Verbesserungen in Ihren Suchfunktionen und der allgemeinen Kundenzufriedenheit bewirkt hat.



Danke!

Ich möchte Doofinder ausprobieren



Powering results

doofinder.com
marketing@doofinder.com