



FALLSTUDIE

THE FIND

MIT DEM VERISIGN-SIEGEL ERZIELEN ANBIETER BEI THEFIND UM 18,5 % HÖHERE KLICKRATEN



FALLSTUDIE

THE FIND

TheFind ist mit mehr als 500.000 Anbietern und über 400 Millionen Artikeln das weltgrößte Online-Einkaufszentrum. Es eröffnete 2007, schreibt seit Ende 2008 schwarze Zahlen und wächst rasant: Pro Monat werden bereits mehr als 17 Millionen Kunden verzeichnet. Auf seine innovativen Verfahren zur Artikelsuche und -präsentation, die den Kunden eine beispiellose Vielfalt an Händlern, Produkten, Angeboten, Produktbesprechungen und anderen interessanten Informationen zusammenstellen, hält das Unternehmen mit Sitz im kalifornischen Mountain View mehrere Patente. Zu den Investoren gehören Bain Capital Ventures, Lightspeed Venture Partners und Redpoint Ventures.

ANZEIGE DES VERISIGN-SIEGELS

Am wichtigsten ist für Online-Kunden, wie ein Anbieter bei einem Einkauf die Übertragung von vertraulichen persönlichen Daten und Kreditkartennummern schützt. Angesichts der erschreckenden Zunahme von Phishing und Identitätsdiebstahl überlegen sich Kunden immer genauer, wem sie solche Daten überhaupt anvertrauen, insbesondere bei ihnen noch unbekanntem Firmen. Zu den Informationen, die TheFind seinen Kunden über die präsentierten Händler liefert, gehören daher auch die von den Händlern ergriffenen Maßnahmen zur Gewährleistung einer sicheren Datenübermittlung. Häufig wird lediglich ein allgemeines Logo für SSL-Verschlüsselung angezeigt. Verwendet ein Anbieter jedoch VeriSign® SSL-Zertifikate, wird den Kunden das VeriSign-Siegel angezeigt.

„Wenn ein Händler zur Verschlüsselung VeriSign® SSL-Zertifikate einsetzt, geben wir das ausdrücklich an, denn das VeriSign-Siegel ist neben einigen anderen Vertrauensmarken ein bekanntes Symbol, mit dem die Kunden etwas anfangen können“, erläutert Dave Cook, Senior Director of Marketing bei TheFind.

UM 18,5 % HÖHERE KLICKRATEN

Da man bei TheFind wusste, dass das VeriSign-Siegel einen großen Unterschied für Kunden macht, wollte man herausfinden, wie groß dieser Unterschied genau ist. Die Händler wurden daher in zwei Gruppen eingeteilt: große, sehr bekannte Unternehmen und kleinere, weniger bekannte Firmen. Die von Händlern aus beiden Gruppen erzielten Klicks wurden unter dem Aspekt verglichen, ob das VeriSign-Siegel verwendet wurde. Das Ergebnis: Die Klickraten lagen bei Unternehmen mit VeriSign-Siegel um 18,5 % höher als die Klickraten der anderen Unternehmen in derselben Gruppe, die kein VeriSign-Siegel verwendeten.

„Unsere Untersuchung hat bestätigt, dass Händler von der Anzeige des VeriSign-Siegels enorm profitieren können“, stellt Cook fest. „Wenn Kunden sich für ein Produkt entschieden haben und vor der Wahl des Anbieters stehen, erhält ein Anbieter mit VeriSign-Siegel eindeutig eher den Vorzug.“

** Auf der Grundlage einer Auswertung von 65.535 Geschäften vom 21.–27. Jan. 2010. Ihre eigenen Ergebnisse fallen u. U. anders aus. VeriSign, Inc. und seine Tochtergesellschaften lehnen jede ausdrückliche, stillschweigende oder gesetzliche Haftung für die in diesem Dokument beschriebenen Dienstleistungen und die enthaltenen Informationen ab.*

thefind™

DIE LÖSUNG IM ÜBERBLICK

TheFind ist das weltgrößte Online-Einkaufszentrum: Hier finden Kunden über 400 Millionen Artikel von 500.000 Online- und Offline-Anbietern – Tendenz steigend. Auf der Suche nach den gewünschten Artikeln besuchen die 17 Millionen Kunden jeden Monat über 150.000 verschiedene Anbieter. Indem TheFind zusätzlich zu Produktabbildungen und -listen Angebote, Produktbesprechungen und Informationen über den Anbieter einblendet, wird den Kunden die richtige Entscheidung erleichtert, und dazu gehört auch die Auswahl eines vertrauenswürdigen Anbieters. Wurde das gewünschte Produkt gefunden, entscheiden sich Kunden um 18,5 % häufiger für einen Anbieter, der mit dem VeriSign-Siegel wirbt, wie TheFind festgestellt hat.*

Branche

- Online-Handel

Anforderungen

- Den Kunden soll die Kaufentscheidung erleichtert werden, indem ihnen alle Produkte und Anbieter auf einen Blick präsentiert werden.

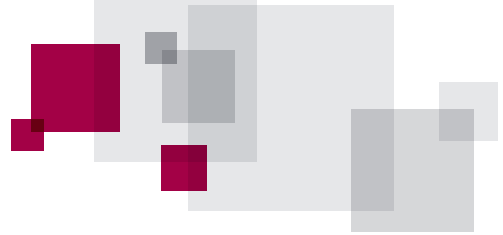
Lösung

- Produktinformationen werden durch relevante Besprechungen, aktuelle Sonderangebote und wichtige Informationen zum Anbieter ergänzt, damit Kunden sich rasch für den besten Anbieter entscheiden können.

Ergebnisse

- Eine Analyse der Suchvorgänge auf TheFind ergab, dass sich Kunden innerhalb derselben Anbieterkategorie um 18,5 % häufiger für Anbieter mit VeriSign-Siegel entschieden.





FALLSTUDIE

ALLE PRODUKTE UND ALLE ANBIETER AUF EINEN BLICK

Mit seiner patentierten Technologie und den guten Wachstumswerten sind die Aussichten für TheFind rosig. „Uns geht es vor allem darum, unseren Kunden ein angenehmes Einkaufserlebnis zu bieten und ihnen dabei zu helfen, fundierte Entscheidungen zu treffen“, so Cook. „Unsere Zusammenarbeit mit VeriSign spielt dabei eine wichtige Rolle.“

VERISIGN

VeriSign ist führender Anbieter von Internetinfrastrukturdiensten für die digitale Welt. Milliardenfach pro Tag verlassen sich Unternehmen und Kunden bei vertrauensvoller Kommunikation und sicherem Handel auf unsere Internetinfrastruktur.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.verisign.de.

„Wir möchten, dass Kunden ohne großen Aufwand eine fundierte Kaufentscheidung treffen können, und liefern ihnen dazu nicht nur übersichtliche Informationen über das Produkt, sondern auch über die Anbieter. Das VeriSign-Siegel mit seinem hohen Bekanntheitsgrad hat die über TheFind generierten Besucherzahlen insbesondere von kleineren Anbietern deutlich und messbar erhöht.“

Dave Cook
Senior Director of Marketing
TheFind

