

**loadbee - Premium Content Everywhere**

**Columbia wandelt mit der IT-Plattform loadbee den POS zum POE**

Sales-Experten sind sich einig: Die Zukunft des Verkaufens heißt „Engagement“. Wie der „Point of Sale“ schrittweise zum „Point of Engagement“ wird, zeigt Columbia jetzt online eindrucksvoll mit seiner Früh- jahrscollection.

Im Video-Slider informiert der US-amerikanische Sportartikelhersteller Endkunden über USPs wie

„Omni-Wick™“, das feuchtigkeitsableitende Gewebe, und „Omni-Shade™“, den integrierten Sunblocker.

Darüber hinaus sichert Columbia seinen Endkunden das positive Einkaufserlebnis auch nach der Kauf- entscheidung online. Mit der Größentabelle samt Mess-Anleitung wissen Columbia-Kunden genau, wel- che Größe passt.

## Ein (Bewegt-) Bild sagt mehr als tausend Worte

Den entscheidenden USP in einem Text kurz, verständlich und auch noch interessant aufzubereiten ist mühsam bis unmöglich. Kurze Videos erklären hochwertige Technologien oft besser und unter- haltsamer. Deswegen setzt Columbia online voll auf Multi-Media: Neben Bildern und Texten erreicht der Video-Slider Endkunden im Moment der Kaufentscheidung. Er informiert über die Vor- teile von Technologien wie „Omni-Wick™“ und „Omni-Shade™“ in Videos weit unter einer Minute, und das optisch ansprechend und verständlich erklärt.

## Retouren waren gestern

In den Herstellerinformationen, die Columbia jedem bei loadbee angebundenen Händler kosten- los, in Echtzeit und ohne Mehraufwand zur Verfügung stellt, finden Endkunden auch Größentabel- len. Unter „So messen Sie richtig“ erfahren sie in wenigen Worten wie Brust, Taille, Hüfte und Schrittlänge einfach und schnell selbst vermessen werden. Damit stellt Columbia sicher, dass der ausgesuchte Artikel auch definitiv passt. Das positive Einkaufserlebnis danken Kunden und Händ- ler gleichermaßen.

## Dana Eichinger, Marketing Manager Columbia Sportswear Company Deutschland und Niederlande, erklärt: „loadbee ist dabei ein sehr wichtige Partner für uns, dessen technische Lösungen ermögli- chen, dass wir dem Endverbraucher Columbia Produkte und Innovationen detailliert präsentieren können. Ein besseres Produktverständnis und steigende Abverkaufszahlen sind die Folge.“

Mit seinem Multi-Media-Mix steigert Columbia neben dem Abverkauf darüber hinaus das sogenannte

„Engagement“ seiner Endkunden. So haben die optisch ansprechenden Videos insgesamt rund eine hal- be Millionen Clicks auf Youtube.

Der „POS“ wird damit zum „POE“ und es scheint so, als seien es genau diese Produktinformation, die der Endkunde bei Hersteller und Händler sucht. Deswegen bietet Columbia mit loadbee mittlerweile für mehrere tausend Artikel alleine in Deutschland Produktinformation dieser Art. Weitere werden folgen.

# Pressekontakt:

**Marc Mombauer**

# PR & Marketing Manager Tel.: 0711 914 017 51

E-Mail: [marc.mombauer@loadbee.com](mailto:marc.mombauer@loadbee.com)



loadbee GmbH · Nikolaus-Otto-Straße 13 · 70771 Leinfelden-Echterdingen

Tel.: +49 711 203 799 30 · F[ax: +49 711 203 799 39 · E-Mail: info@loadbee.com](mailto:info@loadbee.com) · [www.loadbee.com](http://www.loadbee.com/)

