

ATU optimiert Online-Shop

ATU setzt auf eine kontinuierliche Weiterentwicklung des Onlineshops atu.de. Neu im Einsatz ist jetzt die Fredhopper-Technologie für verbesserte Suche und Navigation im Webshop. Damit wird eine deutliche Steigerung der Trefferergebnisse und eine bessere Benutzerführung erreicht.

Künftig kann der Kunde gesuchte Produkte über eine „After-Search-Navigation“ noch leichter ausfindig machen, z.B. den jeweils passenden Kindersitz, denn über Einschränkungen kann er Trefferergebnisse nun nach Marken oder Altersgruppen filtern und so schneller zum richtigen Produkt gelangen. Darüber hinaus wurde auch die gesamte Sortimentsnavigation umgestellt. In der Kategorie Winterreifen gibt es zum Beispiel ebenfalls Filter, die hilfreiche Kriterien wie Preisgruppe, Hersteller oder Reifenmodell beinhalten.

Im Zuge der Optimierungen hat ATU das Webportal im „look-and-feel“ mit dem gesamten Leistungsspektrum generalüberholt. Aufgeblättert wird der Online-Katalog über speziell entwickelte so genannte Mega-Pulldowns. Hierdurch erhält der Kunde einen Überblick über die verschiedenen Sortimente und Dienstleistungen, Marken und Angebote.

Der Onlineshop www.atu.de ist mit rund 1,7 Millionen Visits pro Monat nach Unternehmensangaben die meistbesuchte Website im deutschen Kfz-Service. In den vergangenen Jahren konnte Auto-Teile Unger den Umsatz im E-Commerce jeweils im zweistelligen Prozentbereich steigern. Damit zählt diese Geschäftsfeld zu den stärksten Wachstumsbereichen der Kette. (ampnet/jri)

Bilder zum Artikel:



Die Nr.1 Meisterwerkstatt