



## PRESSEMITTEILUNG

### **blackbee stellt auf der NEOCOM Guidelines für dynamisches Online-Pricing vor**

*Die Experten aus Leipzig zeigen, wie Online-Händler in fünf Schritten ein aktives Preismanagement einführen.*

**Leipzig, 29. September 2015** – Der Preiskampf ist und bleibt ein großes Thema im E-Commerce. Wie Online-Händler diesen für sich nutzen und dabei ohne hohen Zeit- und Personalaufwand aktives Preismanagement betreiben können, zeigt blackbee in der **Young Business Corner, Stand 422**, auf der diesjährigen **NEOCOM**. Die Retail und Brand Intelligence Technologie blackbee deckt auf, an welcher Stelle sich Margen und Umsatz erhöhen lassen, ob eine Sortimentsänderung angestrebt werden muss und welche Trends gerade im Kommen sind. Auf der NEOCOM, der Messe für den interaktiven Handel am **07. und 08. Oktober in Düsseldorf**, steht die marktführende Plattform blackbee für einen Live-Test zur Verfügung.

Dynamisches Pricing ist einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren im E-Commerce. Die Basis dafür bildet der Aufbau einer Fokus-Artikelliste bestehend aus den Top-Artikeln des Online-Shops (höchster Umsatzanteil), den Produkten mit guten Einkaufskonditionen, den Artikeln, die den meisten Traffic auf die eigene Seite bringen und den „Hidden Champions“, also Produkten, die persönlich als wichtig eingestuft werden. Dass dieses Vorgehen bisher nur wenige Unternehmen verfolgen, geht auch aus der aktuellen Studie „Pricing im E-Commerce“ von Conomic, einer Marketing- und Strategieberatung, hervor. Sie kommt zu dem Ergebnis, dass nur 29% der Befragten über eine solche Artikelliste verfügen.

„Viele Händler lassen sich durch falsch gesetzte Preise hohe Margen und damit Umsatz entgehen“, ist **Alexander Reschke, CMO bei Webdata Solutions**, überzeugt. „Wir erleben sehr häufig, dass Preise und Sortiment zwar regelmäßig kontrolliert werden, doch häufig ist das Produktsortiment so groß, dass dieser Vorgang aufgrund fehlender Ressourcen nur für einen Bruchteil durchgeführt werden kann. Mit unseren Guidelines wollen wir Händlern zeigen, wie sie geschäftskritische Produkte identifizieren und ein dynamisches Pricing bzw. ein aktives Preismanagement umsetzen.“

Nicht nur der eigentliche Preis spielt eine tragende Rolle, auch Image und Serviceniveau sind wesentliche Kaufentscheidungskriterien. Gerade weil Preisstrategien sehr vielfältig sein können, müssen sie wohl überlegt sein. Von den Teilnehmern der Conomic-Studie kümmern sich bereits 75% aktiv um ihr Preisimage, 64% setzen dabei auf eine

Hochpreisstrategie und lediglich 12% haben sich auf eine Ultraniedrigpreisstrategie festgelegt. Ob eine Hoch- oder Niedrigpreisstrategie angestrebt werden sollte, ist immer eine Produkt- und Image-Frage. Daher stehen die Experten von blackbee den Online-Händlern in Düsseldorf beratend zur Seite.

Laut der Fachzeitschrift HORIZONT ist Webdata Solutions, der Entwickler der Technologie blackbee, eines der „25 heißesten jungen Unternehmen aus Deutschland, die eine große Zukunft vor sich haben“. Das hat auch der größte Verband der Internetwirtschaft in Europa erkannt und das Unternehmen kürzlich zum Gewinner des eco Internet Awards in der Kategorie E-Commerce gekürt.

#### Hinweis an die Redaktion:

Falls Sie Interesse an einem Gespräch mit einem blackbee-Experten auf der NEOCOM haben, dann wenden Sie sich gerne per E-Mail an [webdata@eloquenza.de](mailto:webdata@eloquenza.de) oder telefonisch unter 089 242 038 0 an uns.

#### **Informationen über Webdata Solutions GmbH**

Der E-Commerce-Dienstleister ist im Jahr 2012 als Ausgründung aus einem Forschungsprojekt der Universität Leipzig entstanden und gehört heute zu den weltweiten Marktführern im Bereich Online-Marktanalyse. Die Lösungen, die auf der innovativen Plattformtechnologie blackbee basieren, werden von führenden Online-Händlern und Herstellern erfolgreich in der Praxis eingesetzt. Webdata Solutions reduziert die Komplexität, die aus einer Vielzahl an Produkt- und produktbezogenen Daten im Internet entsteht und generiert auf den Geschäftsnutzen fokussierte Informationen. Das Unternehmen hat es sich zum Ziel gesetzt, mit blackbee das Potenzial von Webdaten umfassend zu heben und mit den richtigen Kerninformationen zur richtigen Zeit dazu beizutragen, dass E-Commerce zu einem transparenten Markt wird.

Weitere Informationen dazu unter: <http://www.webdata-solutions.com>

#### **Kontakt für die Presse:**

eloquenza pr gmbh  
Svenja Op gen Oorth/Ina Rohe  
Telefon: +49 (0)89 242 038-0  
E-Mail: [webdata@eloquenza.de](mailto:webdata@eloquenza.de)