

23.05.2011 - 15:03 Uhr

Brasilianischer Online-Weinladen Ist Als Erster Auf Facebook

Paulo (ots/PRNewswire) -

Wine.com.br, ein brasilianischer E-Commerce-Betrieb, eröffnete diese Woche die erste Facebook Online-Weinhandlung der Welt, und startet somit eine neue Phase der E-Commerce-Ansätze, die vor allem an Nutzer von Social Networks gerichtet sind.

Die Online-Weinhandlung wurde unter Wine.com.br auf Facebook darauf ausgerichtet, ein neues Einkaufserlebnis zu bieten und den Nutzern, die dieses soziale Netzwerk häufig in Anspruch nehmen und gemeinsame Interessen haben, die Entscheidungsfindung zu erleichtern.

Das Konzept ist, die Auswahl-, Empfehlungs-, Verkaufs- und Weinlieferungserfahrung auf das digitale Ökosystem von Facebook auszuweiten, da dieses mittlerweile über 19 Millionen Nutzer umfasst. Das Ziel von Wine.com.br ist es, Nutzern die gesamte Aktion inklusive Besuch und Einkauf auf eine sichere, bequeme, komfortable und schnelle Weise durchführen zu lassen, ohne dass sie dabei ihr Umfeld verlassen müssen - das Umfeld von Facebook, versteht sich.

Der neue Shop, den man auf der "Wine Vinhos"-Website besuchen kann (klicken Sie auf "W Loja") - die von Giran (<http://www.giran.com.br>) auf einer von der kanadischen Firma Elastic Path, dem "Technologie-Partner" von Oracle, erstellten Lösung basierend entwickelt wurde - weist die gleiche Plattform und den gleichen Vorgang für Service, Auswahl und Empfehlung wie der Online Shop auf <http://www.wine.com.br> auf. Wine.com.br eröffnete seinen ersten Online-Shop im Januar 2009, und entwickelte sich in weniger als zwei Jahren zum grössten Online-Weinhandel in Lateinamerika.

Vor weniger als einem Jahr debütierte Wine.com.br auf Facebook. Das ursprüngliche Ziel war es, die Natur der sozialen Netzwerke zu verstehen und zu lernen, wie man eine effektive Wechselwirkung mit den Netzwerknutzern erreichen kann. Der erste Schritt war, eine Reihe von interessanten Beiträgen über Wein, wie Tipps zur Harmonisierung und verschiedene Weinempfehlungen, zu veröffentlichen. Aufgrund dieser Massnahmen erreichte die "Fan-Page" von Wine.com.br auf Facebook bis April 2011 mehr als 4.500 Benutzer, denen die Seite "gefällt". Bald begannen die Nutzer miteinander zu kommunizieren und Wein im Online Weinhandel zu kaufen. Aber um den Kauf abzuschliessen mussten sie Facebook verlassen und auf eine andere Website gehen (<http://www.wine.com.br>).

"Der Wine F-Store (Titel der Anwendung) bietet neue Erfahrungen in Bezug auf den Kauf und erleichtert den Entscheidungsprozess für Kunden, die Weinempfehlungen von Freunden bekommen und ausprobieren und ihre Einkäufe erledigen können, ohne dass sie das soziale Netzwerk verlassen müssen. Zusätzlich zu unserem Angebot an relevanten Online-Beiträgen erleichtern wir nun auch den Kaufprozess in diesem neuen Umfeld und verringern die physischen und psychischen Energien, die in jedem Einkaufsbetrieb erforderlich sind", so Anselmo Endlich, Leiter von IT und Marketing bei Wine.com.br.

Kontakt:

Ellen Bileski, +55-11-3065-8419, ellen@artpresse.com.br

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100021994/100625462> abgerufen werden.