

Präsentation inklusive eingebetter Videos verfügbar über <https://bit.ly/3h0fNgV>

# LIVE COMMERCE

223632A INTERNETSTRATEGIEN UND -KONZEPTE

Ajla Čavkić | ac048

Francesca Di Tullo | fd044

Greta Neumann | gn009

Jade Wagner | jw162

Louisa Weber | lw085


Sebastian Stuis | ss507

Zoë Jentz | zj004

# LIVE COMMERCE

EINFÜHRUNG



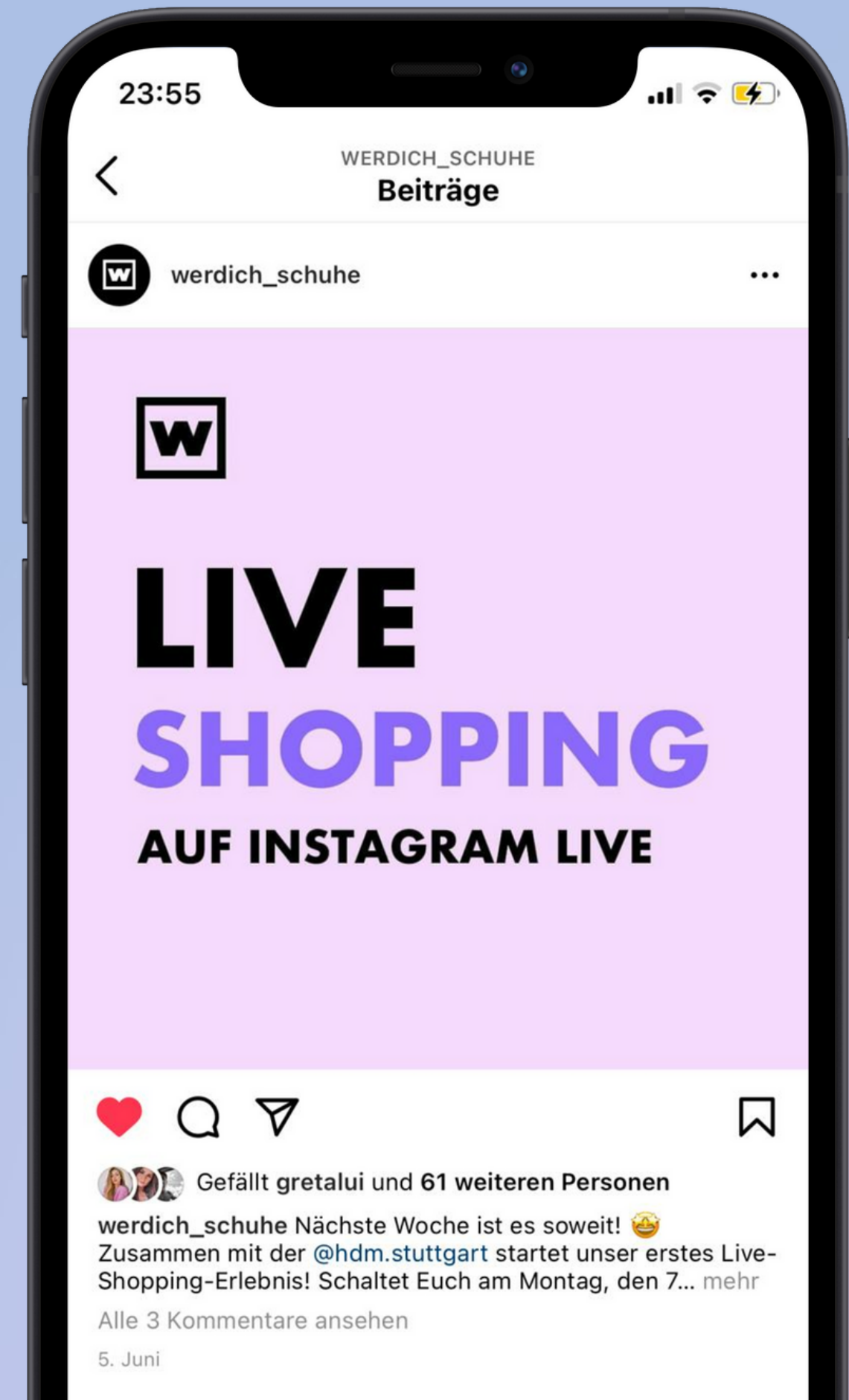



# **LIVE COMMERCE**

**DEFINITION UND INTERNATIONALER VERGLEICH**

# DEFINITION

- Interaktives Teleshopping
- Effektiven Verkaufstaktik im Online-Vertrieb
- Megatrend aus Asien
- Unterkategorie des E-Commerce
- Besitzt Merkmale des Social Commerce
- Besonderheit: Soziale Echtzeit-Interaktion
- Zeitlich begrenzte Aktionen





# LIVE COMMERCE

KONZEPTION



# AUFGABE

- Themenfindung für den Livestream
- Partnerakquise
- Konzeptentwicklung
- Planung und Durchführung der Live-Show

# PARTNERAKQUISE

- Anfragen an Unternehmen, wie **Zalando**, **AboutYou**, **Peek & Cloppenburg** oder **C&A**
- Fokus auf regionale Unternehmen wie **Yeans Halle**, **Gerber**, **Kult** und **Kauf dich glücklich**
- Weitere Gespräche mit **Breuninger** Stuttgart, **Outletcity Metzingen** und **Werdich** in Sindelfingen

**OUTLET/CITY**  
METZINGEN

**B** breuninger

**WERDICH**  
DAS SCHUHHAUS

# ZIELE VON WERDICH

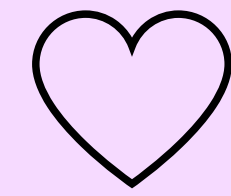


- Markenbekanntheit bei der jüngeren Zielgruppe steigern
- Positiver Imageaufbau durch innovatives Projekt
- Kundenbindung steigern (Corona)
- Absatz steigern
- Aufmerksamkeit für die Social-Media Präsenz von Werdich generieren





# ANSATZ



Beziehungsbasierter  
Ansatz



Contentbasierter  
Ansatz



Transaktionsbasierter  
Ansatz

# UNSER KONZEPT

## Thema Sommertrend

Ein Thema wählen um der Auswahl der Teile ein Konzept passend zur Jahreszeit zu geben,

Den Zuschauer animieren sich die Teile zu kaufen, die auch direkt getragen werden können

## Experten Talk

Einen Experten von Werdich in den Ablauf mit einbinden,

Den Zuschauern zusätzliche Informationen über das Produkt bieten

## Influencer Einbindung

Unseren USP der kostenlosen Influencer bestmöglich ausnutzen,

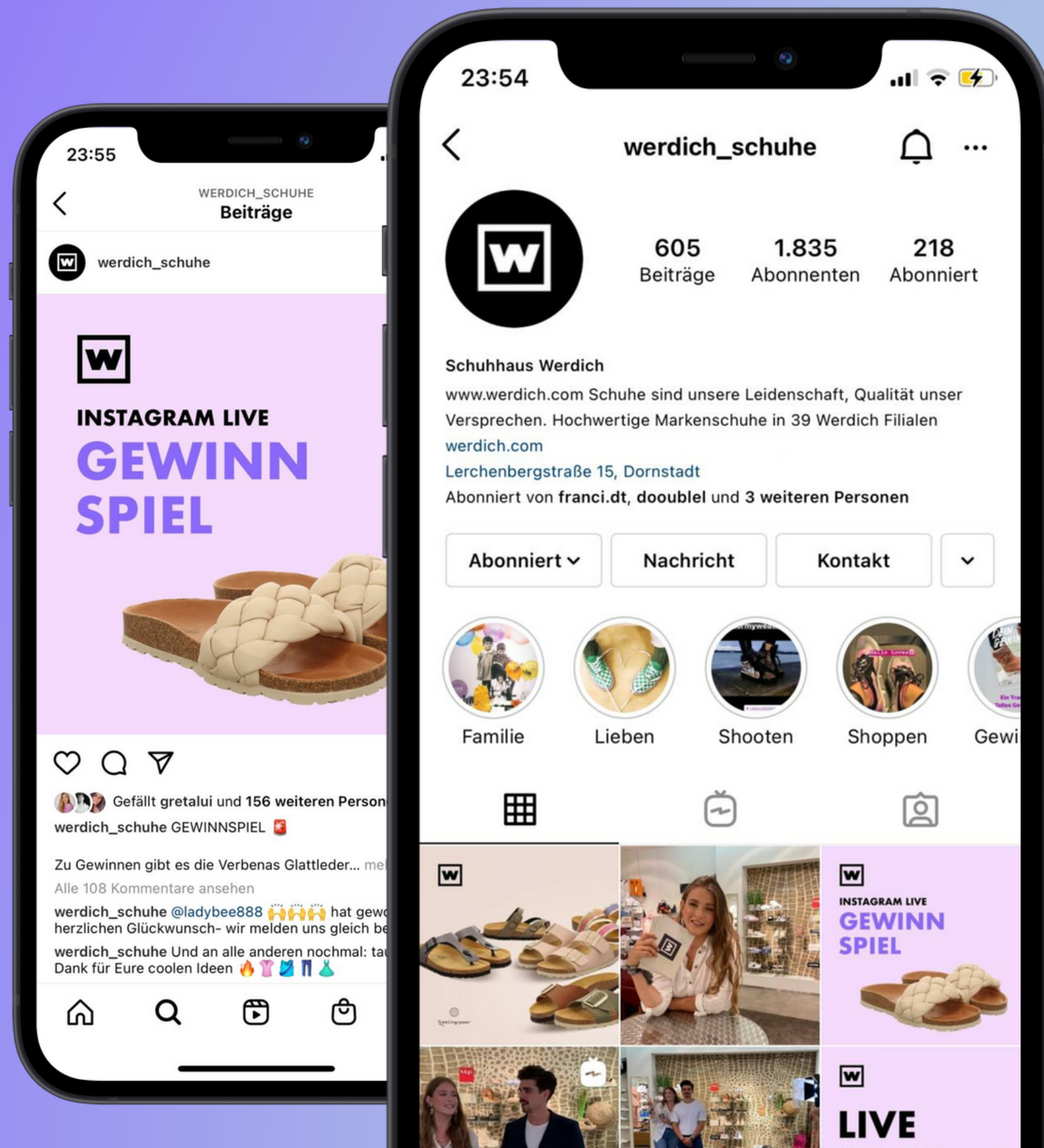
Die Follower der Influencer in den Live Stream bekommen

## Einbinden der Zuschauer

Moderatorin bindet Kommentare der Zuschauer ein,

Fragen werden direkt aufgenommen und umgesetzt

# KOMMUNIKATION



## Kanal (OWNED)

Veröffentlichung Infopost  
(im Store in analoger  
Form)

Nach dem Stream  
Gewinnspielpost

1,8k Abonnements  
Avg. Likes: 60  
Engagement 3,63%

## Influencer (EARNED)

Influencer posten im  
Voraus ein Teaservideo  
um auf den Livestream  
aufmerksam zu machen

Nach dem Stream laden  
die Influencer ein Post mit  
den Werdich-Produkten  
hoch

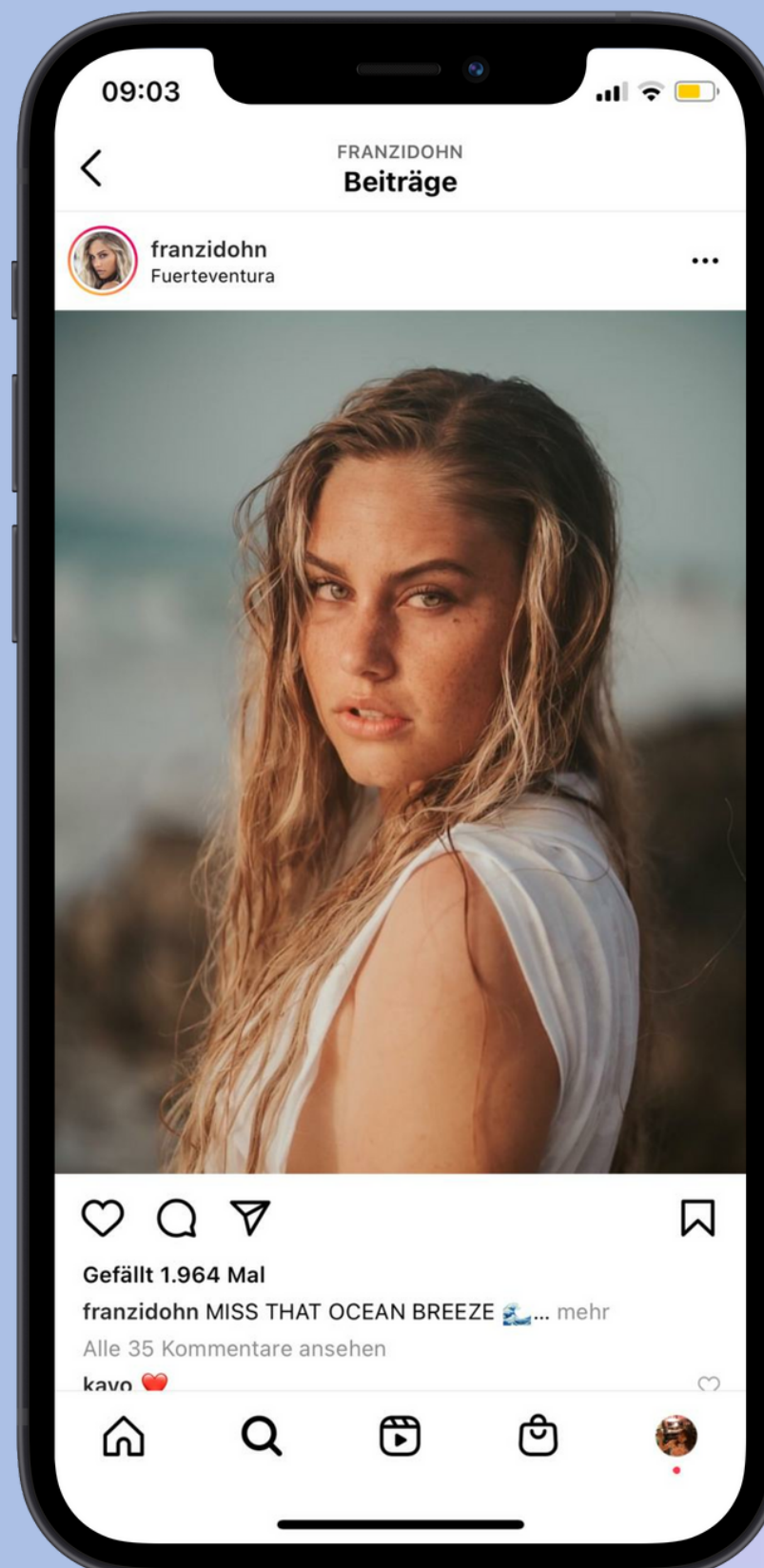
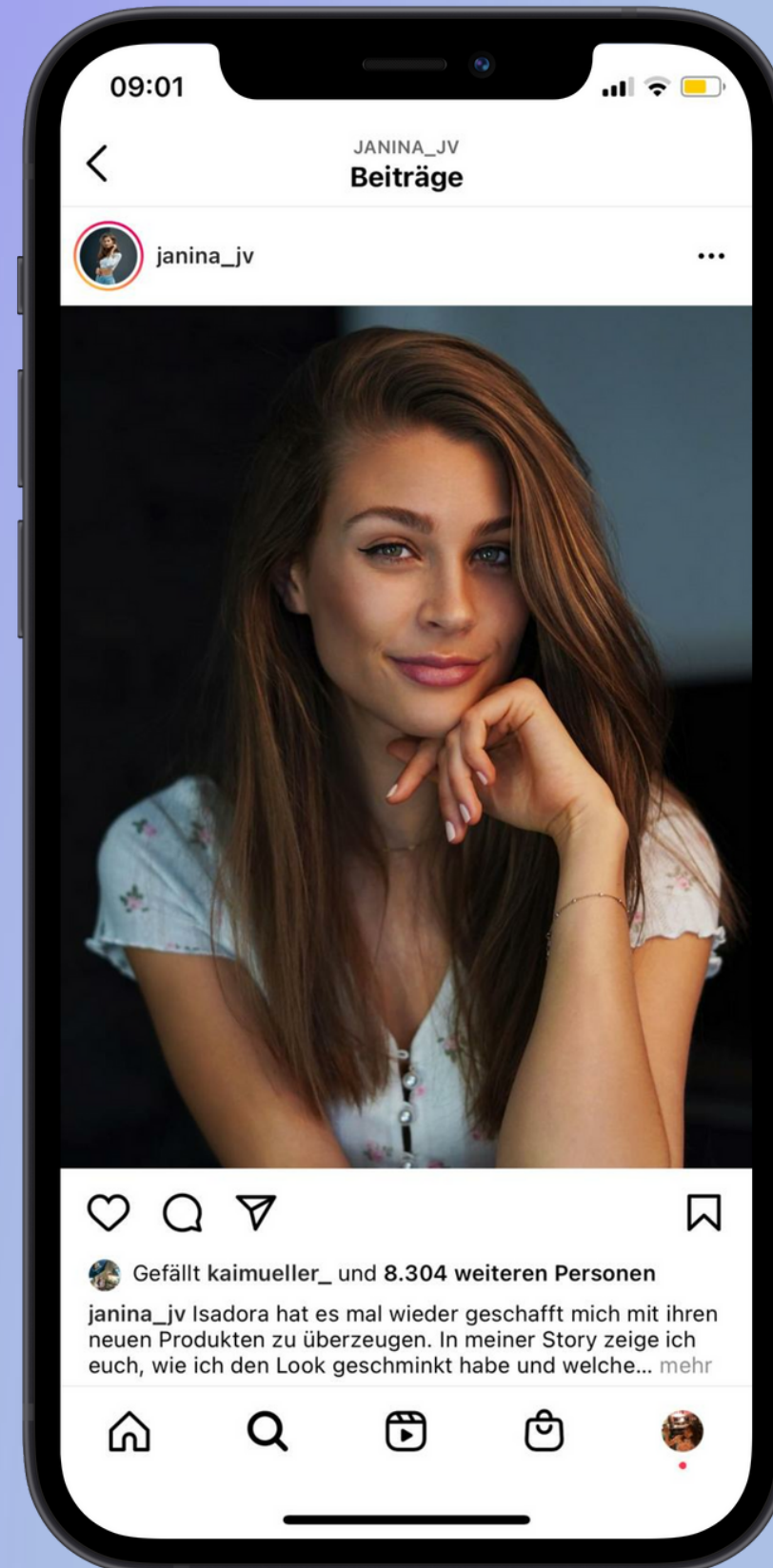
# INFLUENCER

**Janina**  
Villgratter  
(@janina\_jv)

132k Abonnements

Avg. Likes: 6k

Engagement 4,59%



**Franziska**  
Dohn  
(@franzidohn)

34k Abonnements

Avg. Likes: 2,4k

Engagement 6,98%

# KONZEPTION IN DER UMSETZUNG

Probe und  
Start

Vorstellung  
der Produkte


Influencer

Gewinnspiel  
+ Ende



Improvisation  
und Back Up





# LIVE COMMERCE

LEARNINGS

# LEARNINGS

## BASIEREND AUF POSITIVEN ERFAHRUNGEN

### Partnerbindung



Selbst eher "konservative" Unternehmen sind überzeugt von Livestreams

### Influencereinbindung



Influencer sind bei Livestreams auf Kanälen mit geringer Reichweite essenziell

### Reels



Livestreams als Reels zu speichern steigert die Reichweite enorm. Viele Nutzer sehen sich diese nachträglich an.



**VIELEN  
DANK**  
FÜR EURE AUFMERKSAMKEIT