

Las mejores prácticas en el comercio electrónico:

MediaMarkt utiliza el contenido enriquecido de los productos de marcas para asesorar a sus clientes

MediaMarkt les ofrece a sus clientes un asesoramiento tan competente en línea como en sus tiendas locales utilizando la plataforma de contenido de productos de loadbee para proporcionar a los clientes toda la información relevante sobre el producto y un contenido de producto visualmente atractivo al tomar su decisión de compra. Más de 300 marcas suben el contenido de sus productos - como textos, imágenes, vídeos, modelos 3D y realidad aumentada - a la plataforma loadbee y lo diseñan allí en la propia disposición y diseño de la marca. Loadbee inyecta el contenido del producto con este aspecto en las descripciones de los productos de las páginas de las tiendas online de MediaMarkt y de más de 1.800 tiendas online.

En una entrevista realizada a Mónica Martín Navarro, Responsable de Contenido Digital de MediaMarkt Iberia, ha explicado las funciones y ventajas del contenido de los productos de marca y cómo MediaMarkt se beneficia de la plataforma loadbee.

Funciones del contenido enriquecido en el comercio en línea

“Una de sus principales funciones es ofrecer al cliente una visión más amplia fiable de las características, aspecto y funcionalidades de los diferentes productos. Esto permite que la decisión de compra sea más fácil y amigable para el usuario”.

Puntos fuertes del contenido enriquecido de los productos de marca

Mónica Martín ha explicado que “el contenido enriquecido de productos es una herramienta muy útil que ayuda a aumentar las ventas de los productos; nos proporciona y nos da más ventaja a la hora de interactuar con los clientes directamente en la página de detalles del producto, proporcionando al cliente una visión más específica y fiable del producto. Por otra parte, nos puede ayudar a un aumento de tráfico y conversión para intentar reducir las devoluciones y las malas reseñas en las diferentes marcas y productos”.

En referencia al **tiempo necesario para integrar loadbee en la tienda en línea**, Mónica ha comentado que “el tiempo para la integración fue relativamente corto ya que loadbee se adaptó perfectamente a las necesidades técnicas que nosotros necesitábamos para poder enseñar este tipo de contenido en nuestra Web”.

También ha explicado qué beneficio o **cuál es el valor añadido que aporta loadbee** a cualquier tienda online. “El beneficio y el valor añadido que Loadbee aporta a las fichas de producto es una mayor comprensión y un mayor detalle de todas las especificaciones, datos y particularidades de cada uno de los productos. Loadbee es un complemento a nuestras fichas de producto, aportando un dato más detallado y visual de los diferentes productos que comercializamos”.

Finalmente, Mónica Martín ha terminado nombrando las **ventajas que tendrían si más marcas, cuyos productos forman parte de su catálogo, proporcionaran el contenido de sus productos a través de loadbee**.

“Cuantos más marcos, mejor. Ofrecer información detallada de los diferentes productos y marcas con las que se trabaja en la Web permitiría enriquecer y mejorar su servicio”.

A través de la [plataforma loadbee](#)

Más de 300 fabricantes de marcas llegan a más de un millón de clientes cada día en las páginas de ventas de más de 1.800 tiendas online. De esta manera, los fabricantes de marcas complementan la información sobre los productos de los minoristas en línea de todas las industrias en más de 40 países.

Pruebas comparativas han demostrado que loadbee puede aumentar la tasa de conversión hasta un 25 por ciento y reducir la tasa de rebote hasta un 15 por ciento. loadbee fue fundada en Leinfelden-Echterdingen, cerca de Stuttgart, en 2013.