

## CASE 1: Retailer ondergoed en accessoires

### Situatie

Om de verkoop van een selectie van hun assortiment ondergoed op online marktplaatsen zoals Bol.com & Zalando te verbeteren, nam deze Belgische marktleider de marketplace enabler Distrilink onder de arm. In de hele competitieve marktplaats omgeving, waar veel verschillende aanbieders vergelijkbare producten aanbieden, verschijnen er 1000-en zoekresultaten bij het intypen van "onderbroek".

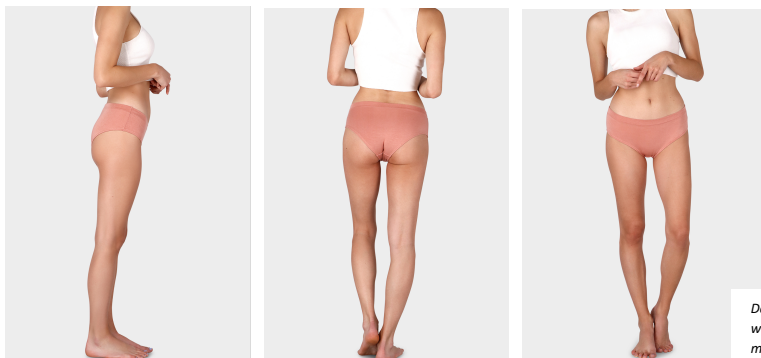
- ⇒ Een packshot (foto) van het product fungeert als winkelvitrine die consumenten al of niet op je product doet klikken. **Die eerste indruk kan tot 400% conversieverhogend werken.**

De originele packshots waren onscherp, hadden geen consistente achtergrond, toonden het product slordig en was het beeld niet inzoombaar. Consumenten hadden dus niet de mogelijkheid om online een goede inschatting te maken van het product. Bijgevolg lagen zowel de bezoekersaantallen als de conversie beneden de verwachtingen.

### Aanpak

In augustus werd beslist het assortiment op de marktplaatsen te halveren en te investeren in goede packshots.

In **samenwerking met studio360** werd er beslist zowel met beelden op model als met packshots te werken. Hoe meer informatie een online consument krijgt over een product, hoe meer die geneigd zal zijn om tot een aankoop over te gaan. Hoe eenvoudig een packshot ook mag zijn, consistentie en coherentie doorheen de voorstelling van de collectie, geven een kwalitatieve indruk over het merk. Hoe beter geïnformeerd de consument – hoe lager de retours.



*De nieuwe packshots en e-commerce beelden door studio360 werden ook aangevuld met bewegende beelden van het model om de pasvorm in beweging aan te tonen.*



## Resultaten

De cijfers waren fantastisch. De sales zijn sterk beginnen stijgen vanaf september (binnen de maand na gebruik van nieuwe beelden) en op product niveau zelfs verdubbeld.



Cijfers **distri**link



## CASE 2: Retailer dierbenodigdheden

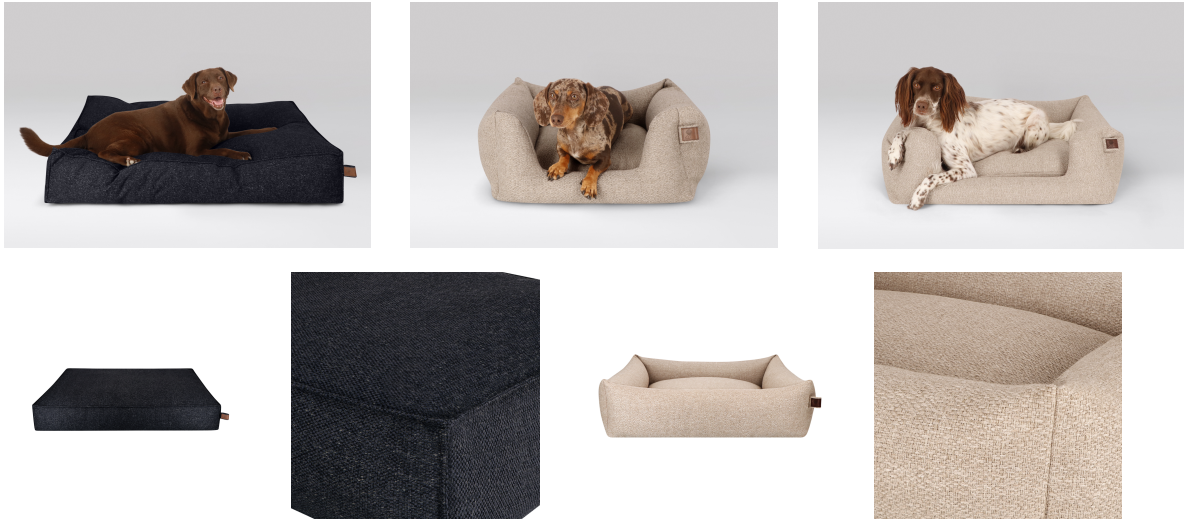
### Situatie

Een grote fabrikant van dierbenodigdheden maakte in 2022 de stap richting verkoop op online marktplaatsen. Tot dan lag hun focus vooral op B2B verkoop. De producten zijn zeer kwaliteitsvol, innovatief en worden verkocht aan een competitieve prijs. Maar de stap om rechtstreeks aan de eindconsument te verkopen was nieuw en er was geen afdoend beeldmateriaal van de producten.

Omdat er slechts enkele fotos beschikbaar waren zonder zoomfunctie en enkel op productniveau, bleef de verkoop onder de verwachtingen.

### Aanpak

In samenwerking met studio360 werd geopteerd om packshots vanuit verschillende hoeken te nemen én lifestyle shots met oa het tonen van de mand mét hond om de grootte aan te geven. Vermits hondenmanden en krabpalen een onderdeel van het interieur vormen, wenst de B2C klant meer visuele informatie van zowel de textuur als de grootte wat met kwalitatief beeldmateriaal in één oogopslag kan meegegeven worden.

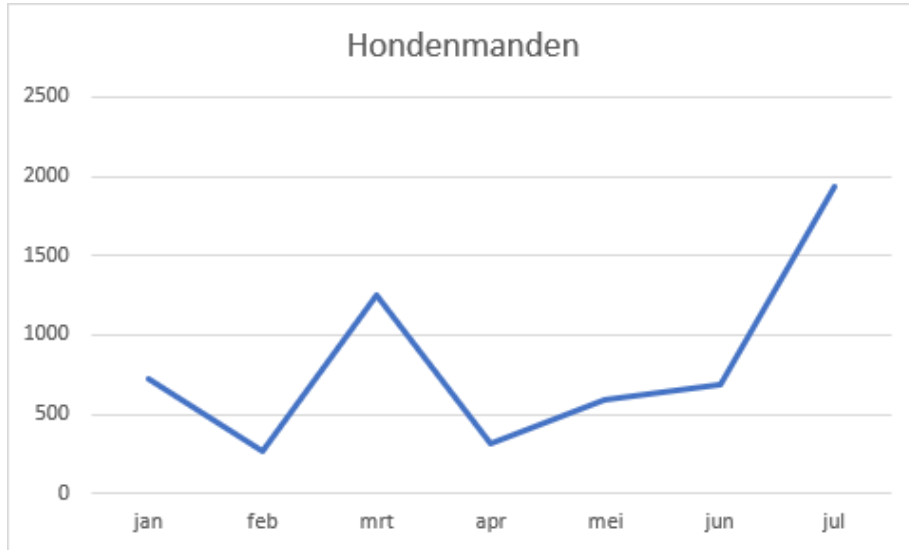


*De nieuwe packshots en e-commerce beelden door studio360 zorgden voor een consistent en coherent beeld van het aanbod.*



## Resultaten

De impact op de verkoop na het inzetten van het nieuwe beeldmateriaal was instant met een **verdrievoudiging van de sales**. Ook de conversie (het aantal bezoekers dat effectief tot aankoop overgaat) steeg met factor 3. Dit zonder enige vorm van prijskorting.



Cijfers **distri**link

