

Case Study

Automatisierte Produktbetextung in höchster Qualität und in 3 Sprachen



Shoepassion ist ein führender Anbieter von hochwertigen Schuhen für Damen und Herren, der sich durch ein vielfältiges Angebot an Schuhmodellen und Marken auszeichnet. Der Anbieter hat die Mission, als Kultivierungsmarke „Leidenschaft für Schuhe“ erlebbar zu machen. Shoepassion setzt auf eine transparente europäische Fertigung mit nachhaltigen Naturmaterialien. Durch seinen Direct

to Consumer Ansatz ermöglicht Shoepassion ein unschlagbares Preis-Leistungs-Verhältnis.

Der Anbieter legt großen Wert auf anspruchsvolle und zielgruppengenaue Produkttexte für Damen und Herren. Jedes Jahr werden mehrere Tausend Texte auf Deutsch, Englisch und Französisch benötigt.

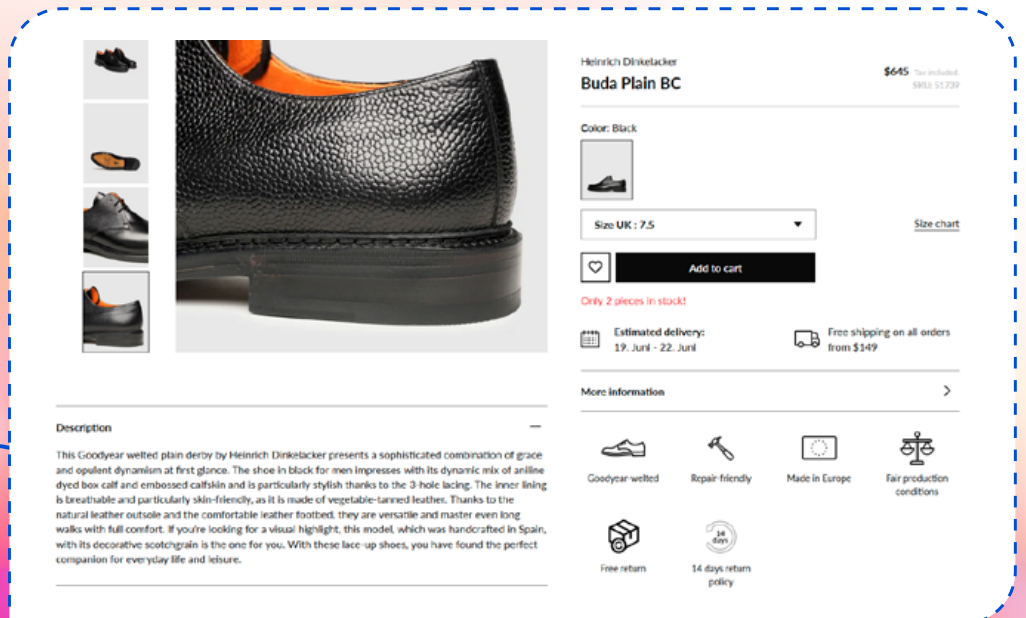
Die Herausforderung

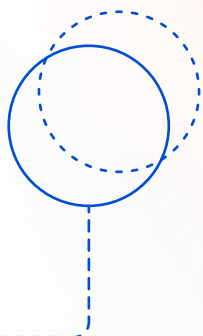
Bislang verfasste Shoepassion seine Produkttexte manuell, was einen hohen Aufwand bedeutete und keine größeren Effizienz- oder Kostengewinne ermöglichte. Durch Automatisierung bei der Produktbetextung sollten entsprechende Potenziale aktiviert werden. Bei der Suche nach einer automatisierten Lösung zur Erstellung von Produktbeschreibungen bestand die größte Herausforderung darin, die bestehende Textqualität beizubehalten sowie auf die unterschiedlichen Schuharten und Marken anzuwenden. Durch eine automatisierte Textgenerierung sah Shoepassion vor allem die Chance, mit geringen Aufwänden saisonale Anpassungen und Ergänzungen vornehmen zu können.

Eine besondere Anforderung bestand nicht nur darin, das aktuelle Textniveau wie bei den manuell verfassten Texten zu erreichen, sondern auch die

Unterscheidbarkeit zwischen den automatisiert generierten und menschlich erstellten Inhalten aufzuheben. Hierbei sollten datenbasierte Textmodelle zum Einsatz kommen, um maßgeschneiderte Texte für die verschiedenen Schuhmodelle, Marken und Schuharten zu realisieren. Dadurch sollten alle Produktbeschreibungen inhaltlich einfach variierbar sein, um bei Google und Co. möglichst hoch zu ranken.

Textmodelle sind KI-gestützte Algorithmen, die darauf trainiert werden, menschenähnliche Texte zu generieren. Diese Modelle analysieren und interpretieren große Datenmengen und können anschließend automatisch qualitativ hochwertigen und variantenreiche Inhalte erstellen. Die Textmodelle werden darauf ausgelegt, dass sich die inhaltlich, grammatikalisch sowie rechtlich einwandfreie Produktbeschreibungen innerhalb weniger Minuten generieren lassen.



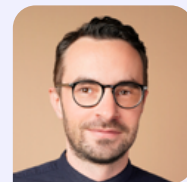


Die Lösung

Für die automatisierte Betextung entschied sich Shoepassion für die Full-Service-Agentur Xanevo sowie die Content Automation Plattform textengine.io von Retresco. Xanevo richtete hierfür drei Textmodelle für die Betextung auf Deutsch, Englisch und Französisch ein. In der textengine.io wurde die Ansprache jeweils zielgenau auf Frauen und Herren ausgelegt. Der Fokus lag hierbei auf dem Datenmanagement, um auch in Kategorien mit wenigen Produkten eine optimale Output-Qualität zu erzielen. Die Textmodelle wurden so eingerichtet, dass sie individuelle Texte für Frauen- und Männerschuhmodelle, drei Marken (Henry Stevens, Heinrich Dinkelacker und N91) sowie sieben Schuharten (Sneaker, Klassiker, Loafer, Bootschuh, Sandale, Pumps, Espadrille) generieren können. Durch diese schnelle Time-to-Content verschafft sich Shoepassion einen entscheidenden Vorteil, um sich vom Wettbewerb abzusetzen.

Insgesamt ist es Shoepassion durch den Einsatz der textengine.io gelungen, deutlich effizientere Erstellungsprozesse bei der Betextung seiner Produkte zu realisieren. Durch die Automatisierung können Texte deutlich früher generiert werden, teilweise bereits Monate vor dem die Produkte in den Verkauf kommen, zugleich sind kurzfristige Datenanpassungen sowie entsprechende Aktualisierungen jederzeit möglich. Dies gilt für alle Zielsprachen, was wiederum zu deutlich geringeren Übersetzungskosten führt.

„Die optimale Zusammenarbeit zwischen Xanevo und Retresco hat es uns ermöglicht, hochwertige, automatisierte Produkttexte zu erstellen, die sich nahtlos in unser hochwertiges Angebot einfügen. Die kurze Time-to-Content und die Möglichkeit, saisonale Anpassungen und Erweiterungen schnell und effizient umzusetzen, sind entscheidende Faktoren für unseren Erfolg und unsere künftige Wettbewerbsfähigkeit.“



Tobias Börner
Unternehmenssprecher, Shoepassion

Die Ergebnisse

Durch den Einsatz der textengine.io konnte Shoepassion bereits im ersten Jahr den Qualitätslevel wie bei manuell verfassten Texten erreichen. Insgesamt wurde ein Conversion-Uplift von 17 % erzielt. Die automatisierte Betextung ist nicht von menschlich erstellten Inhalten unterscheidbar. Gemäß dem Analysetool GLTR („Giant Language Model Test Room“) von IBM Watson und Harvard NLP zeichnen sich die Produktbeschreibungen durch eine hohe Entropie aus. Damit wird attestiert, dass die Texte einen hohen Informationsgehalt bieten und menschlich verfassten Inhalten entsprechen.

Zugleich konnte Shoepassion gemäß dem Sichtbarkeitsindex von Sistrix seine Online-Sichtbarkeit in nur drei Monaten um mehr als 32 % steigern.

**Frage noch heute einen unverbindlichen
Beratungstermin mit Demo bei uns an.**

kontakt@retresco.de

Tel.: +49 (30) 609 839 600

www.retresco.de