

Transformieren Sie Ihr globales Geschäft.



Getreu seinem Motto „Jeder kann die Schönheit von Mode genießen“ überzeugt der Online-Modehändler SHEIN durch zeitgemäße Designs, wertige Produkte, hohe Qualitätsstandards, ansprechende Werbefotos und schnelle internationale Lieferung über ein weltweites Netz von Versandlagern. Deshalb wundert es nicht, dass SHEIN unter preisbewussten Modekennern als echter One-Stop-Shop bekannt ist.

Die Herausforderung

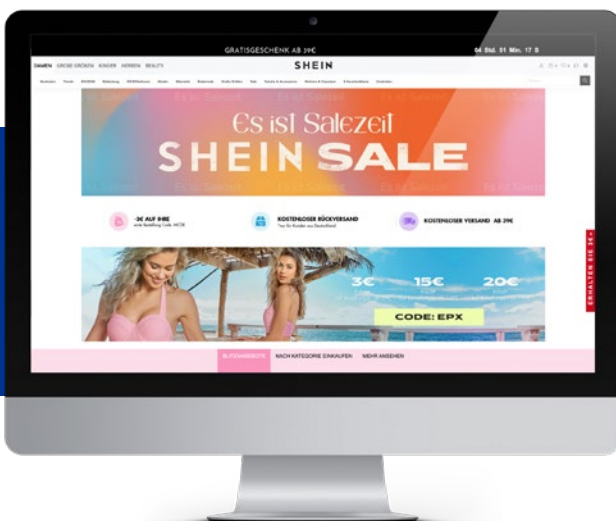
Während der Erschließung internationaler Märkte erkannte SHEIN die Notwendigkeit der Zusammenarbeit mit einer globalen Marke. Dies führte 2008 zu einer Partnerschaft mit PayPal und seitdem profitiert SHEIN vom Erkennungswert der Marke PayPal und einem stetig wachsenden Kundenstamm.

Die Lösung

Durch die Anzeige des PayPal-Buttons und die Implementierung von Funktionen wie PayPal Express Checkout wurde ein solides Fundament für die Expansion in neue Märkte geschaffen. PayPal-Kunden in diesen Ländern sehen das vertraute Logo ihres bevorzugten Zahlungsanbieters auf der Website des Händlers und haben deshalb keine Bedenken, ihren Einkauf abzuschließen. Das ist dem Ruf und der Akzeptanz der Marke SHEIN mehr als zuträglich.

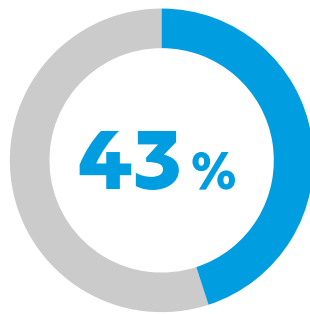
Das Ergebnis

Aufgrund der technologischen und kaufmännischen Kompetenz von PayPal war die Partnerschaft in dieser Wachstumsphase von unschätzbarem Wert. Der Bekanntheitsgrad von PayPal kam der Onlinepräsenz von SHEIN zugute und sorgte dafür, dass die Angebote des Händlers auch von Neukunden bedenkenlos angenommen wurden. Die Sicherheitstechnologie von PayPal ist ein Garant für den zuverlässigen Schutz von Kundendaten. In der zweiten Jahreshälfte 2019 stieg die Anzahl der PayPal-Transaktionen im Wochenvergleich um 43 %, wobei 272.000 Neukunden gewonnen wurden.¹



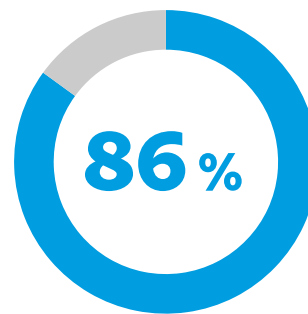
In der zweiten Jahreshälfte 2019 stieg die Anzahl der PayPal-Transaktionen im Wochenvergleich um 43 %, wobei 272.000 Neukunden gewonnen wurden.¹

Ergebnisse



mehr
PayPal-Transaktionen
im Wochenvergleich¹

...

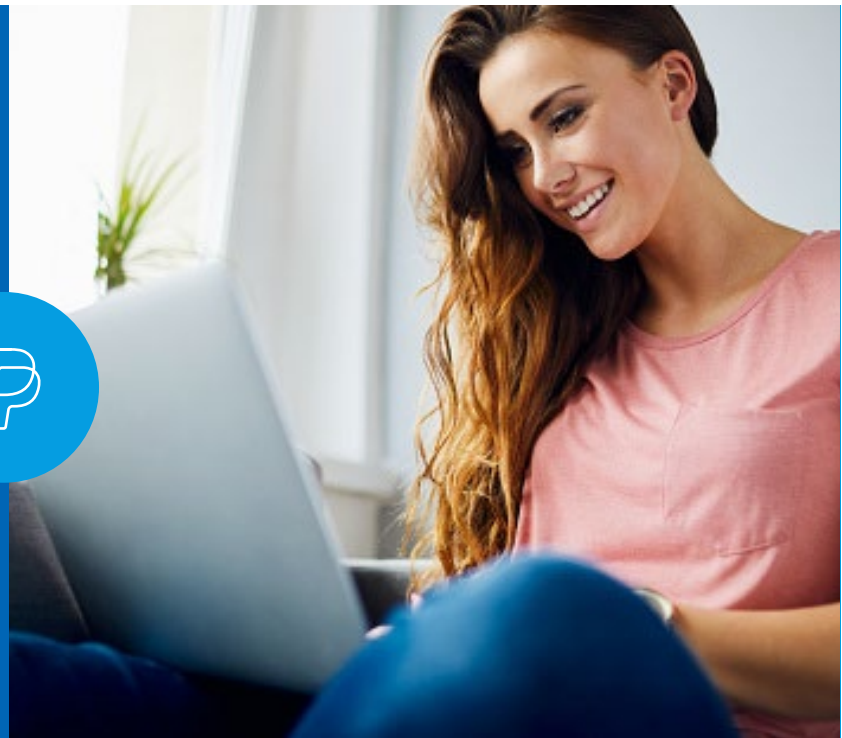


Conversion-Rate²

„Die Marke PayPal ist gleichsam eine Bürgschaft gegenüber Kunden in neuen Märkten. Diese Zahlungsart fördert das Vertrauen in unsere Marke und räumt jegliche Bedenken aus, die sich sonst negativ auf die Conversion-Rate auswirken könnten.“

Amy Yang SHEIN

www.shein.com



Hinweis: Angaben basieren auf internen Daten aus dem Jahr 2020. Die Ergebnisse sind nicht repräsentativ und können je nach Unternehmen erheblich variieren.

¹ Juli bis Dezember 2019

² Januar bis Mai 2020

Herkunftsland des Händlers: China

Freigegeben zur Verwendung in den USA, Kanada und EMEA; MRF-36952/37267.

www.paypal.de/enterprise