



Das Beste aus zwei Welten

QVC verbindet modernes Einkaufen mit einem authentischen Shopperlebnis

Als eines der erfolgreichsten digitalen Handelsunternehmen Deutschlands verbindet QVC das Beste aus zwei Welten: Einkaufen als persönliches Live-Erlebnis von Mensch zu Mensch und das komfortable, digitale Bestellen – flexibel an 365 Tagen im Jahr über TV-Angebote wie SmartTV, im Web, per App, zu Hause und von unterwegs.

Shopperlebnisse rund um die Uhr

„Wir sind überall da, wo unsere Kunden sind und lassen sie immer wieder Neues entdecken – auf allen Kanälen, zu jeder Uhrzeit“, sagt Mathias Bork, CEO von QVC Deutschland. „Damit wir auch in Zukunft ihre Bedürfnisse bedienen können, erschließen wir kontinuierlich neue Technologien – wie zuletzt eine eigene App für die Apple® Watch.“ So können Kunden QVC sieben Tage die Woche auf drei TV-Kanälen, im Onlineshop, per App und auf Social-Media-Plattformen wie Facebook sowie dem eigenen Beautyblog erreichen.

Einkaufen mit Beratung

Bei QVC erwartet die Kunden ein vielseitiger Produktmix aus den Bereichen Fashion, Beauty, Wohnen, Hobby, Kochen und Technik. Neben exklusiven Markenprodukten bietet das digitale Handelsunternehmen mit starker TV-Verkaufsplattform innovative Eigenmarken an. Gemeinsam mit Experten vermitteln die Moderatoren in den Shows einzigartige Hintergrundstorys, detaillierte Produktinformationen und praktische Anwendungstipps. „Auf diese Weise bringen wir die Experten, Erfinder und Designer direkt zum Zuschauer und zeigen, wie das Produkt in ihr Leben passt“, erklärt Bork. Zusätzlich haben Kunden überall und jederzeit die Möglichkeit, Fragen zu stellen, sich beraten zu lassen oder Kritik zu äußern – auf den Social-Media-Kanälen, per Call-in ins Studio oder durch persönliche Gespräche mit einem Kundenberater. So wird der Einkauf zum authentischen Shopperlebnis innerhalb einer gleichgesinnten Community.

Mitmachen und entdecken

Für den Austausch innerhalb der Community bietet QVC seinen Kunden vielfältige Möglichkeiten. In der QLounge, einem virtuellen Kundenbeirat, diskutieren die Teilnehmer über aktuelle Trends, bewerten Produkte und gestalten so das Angebot von QVC aktiv mit. Für Kosmetik-Fans gibt es einen eigenen Beauty-Blog: Auf QVCBeauty.de testen und bewerten Bloggerinnen Produkte aus dem aktuellen Sortiment. So werden aus den Kunden und Zuschauern Trendsetter, die gemeinsam mit QVC die Welt des Shoppings verändern.



Backgrounder

20 Jahre erfolgreich an vier deutschen Standorten

QVC zählt zu den renditestärksten Handelsunternehmen Deutschlands. Die Basis des QVC Geschäftsmodells sind seit seiner Gründung 1996 nachhaltiges Wirtschaften und die Förderung der 3.300 Mitarbeiter, die an vier Standorten beschäftigt sind. Düsseldorf ist Sitz von Verwaltung und Sendebetrieb. In Hückelhoven betreibt das Unternehmen eines der modernsten Logistikzentren Europas. In Bochum und Kassel verfügt QVC darüber hinaus über zwei eigene Customer Care Center.

Weitere Informationen unter: QVC.de & presse.QVC.de