

Expansion in neue Regionen und 220 % mehr Umsatz: Was eine beliebte Einrichtungsmarke mit ChannelAdvisor erreichte

UMSATZ ↑ 220 %
VERWALTUNG HUNDERTER
KAMPAGNEN

DAS UNTERNEHMEN

Innovative Produkte aus lokaler Herstellung: In dieser Fallstudie stellen wir ein beliebtes Einrichtungsunternehmen vor, das sein vielseitiges Produktangebot nicht nur per Direktvertrieb in 20 Ländern absetzt – sondern nebenbei auch noch etwas für die lokale Wirtschaft in diesen Ländern tut.

DIE SITUATION

Das noch relativ junge Unternehmen setzte beim Vertrieb anfangs vor allem auf den eigenen Onlineshop. Marktplätze wie Amazon wurden zunächst nur am Rande bespielt. So nutzte das Team für eingehende Amazon-Bestellungen eine intern entwickelte API-Anbindung. Bald zeigte sich jedoch, dass man die Komplexität dieses Prozesses wohl unterschätzt hatte: Aufgrund verspäteter oder nicht versandter Bestellungen wurden einige Marktplatz-Konten des Unternehmens immer wieder gesperrt.

Für den Marketplace Manager der Marke stand fest, dass man dringend mehr Sichtbarkeit auf Amazon erlangen musste, um das volle Potenzial des Marktplatzes – gerade auch international – besser zu nutzen. Von besonderer Bedeutung war dabei die intelligente Überwachung der Produktnachfrage und des Lagerbestands: Täglich gingen Hunderte Bestellungen aus aller Welt beim Unternehmen ein, die zum großen Teil bereits über Versand durch Amazon (FBA) abgewickelt wurden.

„Was wir brauchten, war eine verlässliche Lösung für die Bestellverwaltung, die Bestandsplanung mit FBA und das Management unserer Anzeigenkampagnen. Darüber hinaus war uns wichtig, zusätzliche Marktplätze in unser Portfolio aufzunehmen, um weiter in Europa und den USA zu expandieren“, beschreibt es ein Vertreter des Unternehmens.

DIE LÖSUNG

Zur Zentralisierung seiner Marktplatz-Anbindungen entschied das Einrichtungsunternehmen sich schließlich für die Lösung ChannelAdvisor Marktplätze. Ausschlaggebend für diese Entscheidung waren nicht zuletzt die umfangreichen Automatisierungsfunktionen der Plattform: Indem ChannelAdvisor Marktplätze dem E-Commerce-Team etliche Aufgaben abnimmt, kann die Marke insgesamt wesentlich strategischer an ihren Hauptzielen arbeiten – mehr Sichtbarkeit und eine bessere Performance. Dabei setzt das Team insbesondere auf die Amazon-Ads-Konsole der ChannelAdvisor-Plattform. Über sie lassen sich Hunderte komplexer Kampagnen auf internationaler Ebene steuern.

Zur Optimierung der Bestellabwicklung und Logistik bis hin zur Pflege der Bestandsdaten für aussagekräftigere Absatzprognosen nutzt das Team zudem die ChannelAdvisor First Party (1P) Solutions. Die ChannelAdvisor-Experten in Europa und den USA unterstützen die Marke im Rahmen dieses Angebots effektiv bei der weiteren Expansion auf globalen Marktplätzen.

DIE ERGEBNISSE

Die Zusammenarbeit mit ChannelAdvisor war für das Unternehmen der Startschuss zur Skalierung des Geschäfts. Die gemeinsam umgesetzten Wachstumsinitiativen zeigten schnell Wirkung: Schon bald war der Umsatz des Unternehmens im Vorjahresvergleich um 220 % gestiegen. Zudem gelang es dem Team, sein globales Vertriebsnetz um fünf weitere Marktplätze ausbauen. Derzeit ist die Marke damit auf 18 Marktplätzen vertreten, die zentral über die ChannelAdvisor-Plattform angesteuert werden.

„Mit dem Anzeigenmanagement und den Automatisierungsfunktionen [von ChannelAdvisor] verwalten wir erfolgreich Hunderte Kampagnen auf fast einem Dutzend Märkte“, fügt der Marketplace Manager hinzu.

Aus eigener Erfahrung könne man ChannelAdvisor daher allen Verkäufern empfehlen, die an einem Ausbau ihrer internationalen Reichweite über Marktplätze interessiert seien.

„ChannelAdvisor ist wirklich unschlagbar, was die Zentralisierung und Optimierung sämtlicher Marktplatz-Aktivitäten angeht“, so ein Mitarbeiter des Unternehmens.

In Zukunft wolle man das Produktportfolio weiter ausbauen – und mithilfe der ChannelAdvisor-Plattform neue Marken exklusiv auf Amazon einführen.

„Das Management all dieser neuen Produkte und Marken ist eine Herausforderung, die wir dank ChannelAdvisor voller Zuversicht angehen“, fügt der Marketplace Manager hinzu.

„Das Management all dieser neuen Produkte und Marken ist eine Herausforderung, die wir dank ChannelAdvisor voller Zuversicht angehen.“

— Marketplace Manager