

Wie Charles Bentley mit ChannelAdvisor seinen Online-Umsatz um das 20-Fache steigern konnte



CHARLES BENTLEY
EST. 1860

**Umsatz auf Marktplätzen
Plus von 1900%**

Standort: Loughborough, UK
Web: www.charlesbentley.com
Branche: Haus und Garten

DAS UNTERNEHMEN

Zu behaupten, Charles Bentley - Anbieter von hochwertigen Haushalts-, Garten- und Freizeitprodukten - blicke auf eine bewegte Geschichte zurück, wäre noch untertrieben. Immerhin hat besteht das Familienunternehmen bereits seit 1860. Und in mehr als 150 Jahren kann eine Menge passieren. War das Sortiment im 19. Jahrhundert noch überschaubar – man produzierte Holzbesen – verfügt Charles Bentley heute über umfassende Produktionskapazitäten und hat von Reinigungsmitteln bis hin zu Gartenhäuschen eine Vielzahl von Artikeln im Programm.

Die größten Umwälzungen der Firmengeschichte ereigneten sich jedoch zweifellos in den letzten Jahrzehnten. Der Onlinehandel explodierte und aus dem kleinen Unternehmen wurde bald ein echtes Schwergewicht mit Produktionsanlagen und Lagern auf rund 30.000 Quadratmetern Fläche sowie Fabriken in Sri Lanka und China. Heute verarbeitet die stetig wachsende E-Commerce-Abteilung von Charles Bentley während der Hochsaison mehr als 15.000 Bestellungen pro Woche.

„Unser Unternehmen ist eigentlich nicht wiederzuerkennen“, sagt E-Commerce-Direktor Andrew Steel. Tatsächlich: Charles Bentley ist heute ganz offiziell eine globale Marke. Der Weg dahin verlief freilich nicht ohne einige Wachstumsschmerzen. Doch genau, wie das Unternehmen in seiner langen Geschichte schon viele Herausforderungen meistern konnte, sollte auch der Onlinehandel für Charles Bentley zu einer echten Erfolgsgeschichte werden.

DIE SITUATION

Über Jahre hinweg hatte das E-Commerce-Team bei Charles Bentley vor allem mit zwei Herausforderungen zu kämpfen, die auch andere Onlinehändler oft vor Probleme stellen: die ständige Bestandsaktualisierung zum einen – und die Frage, wie man sich gegen starke Mitbewerber durchsetzt, zum anderen.

„Das Online-Business wächst und wächst. Die Globalisierung nimmt weiter zu. Da ist klar, dass der Konkurrenzdruck steigt“, erklärt Steel. Um dem etwas entgegenzusetzen, legt seine Abteilung größten Wert auf eine hohe Produktqualität, günstige Preise und einen hervorragenden Kundenservice.

(Forts.)

DIE SITUATION (FORTSETZUNG)

Doch auch so bleibt, nicht zuletzt wegen des umfangreichen Produktkatalogs, enorm viel zu managen. Charles Bentley nutzt Dropshipping, um über 2000 Produkte für next-day-Lieferungen auf Marktplätzen anbieten zu können. Dadurch schwanken die Lagerbestände.

„Das Bestandsmanagement ist eine der größten Herausforderungen, wenn man so viele Marktplätze mit Dropshipping-Partnern bedient. Auf uns trifft das ganz besonders zu, weil ein Großteil unserer Ware in Fernost produziert wird“, führt Steel aus. Genau für dieses Problem suchte das Unternehmen eine passende Lösung.

DIE LÖSUNG

„Ich weiß noch sehr gut, wie wir 2009 auf eBay erstmals eine halbe Million Pfund Umsatz erreichten“, erklärt Steel. „Damals wollte ich möglichst schnell auch auf Amazon einsteigen. Natürlich war aber klar, dass wir nicht alle Produktangebote erneut abtippen konnten. Zugleich war aber das ERP-System, das wir zur Verwaltung unserer Produktdaten nutzten, alles andere als praktisch.“

Steel und sein Team nahmen daher mehrere E-Commerce-Lösungsanbieter unter die Lupe. Schnell stand fest, dass ChannelAdvisor der „perfekte Partner für das langfristige Bestands- und Feedmanagement“ sein würde – auf eBay, Amazon und weiteren Kanälen. Zum stetig wachsenden Marktplatz-Portfolio des Unternehmens zählen heute neben den beiden Großen auch Cdiscount, ManoMano und Fruugo.

„Mit Fruugo konnten wir in Ländern der Europäischen Union expandieren, die von den anderen Marktplätzen nicht lokal abgedeckt sind“, sagt Steel. „Inzwischen erwirtschaften wir über die Plattform sechsstellige Umsätze und konnten hier in den letzten zwei Jahren stark wachsen“.

ChannelAdvisor erreichte Charles Bentley auf weiteren E-Commerce-Kanälen den Durchbruch – und konnte dabei durchaus überraschen. „Bei ManoMano war ich mir offen gestanden nie so sicher. Überhaupt fragte ich mich damals, wie solche Startup-Marktplätze sich gegen eBay und Amazon behaupten sollten“, gibt Steel zu. „Doch gerade die Nischenanbieter konnten zuletzt enorm wachsen. Hier eröffnen sich für uns neue Geschäftschancen, die wir ohne ChannelAdvisor nie ergriffen hätten.“

ChannelAdvisor ist mit seiner Lösung „Marktplätze“ und den dazugehörigen Services zu einem wichtigen Erfolgsfaktor für Charles Bentley geworden. Mit optimierten Datenfeeds, Geschäftsregeln, Bestandsmanagement-Features und weiteren robusten Funktionen unterstützt die Plattform das Unternehmen konsequent bei der globalen Expansion.

DIE ERGEBNISSE

In Sachen Bestandsmanagement musste das Team von Charles Bentley im Laufe der Jahre einige Herausforderungen meistern und konnte dabei wertvolle Erfahrungen sammeln. Letzten Endes ging aber, so Steel, irgendwann kein Weg mehr an einer starken E-Commerce-Lösung vorbei. Inzwischen liegt der Jahresumsatz online bei rund 10 Millionen Pfund – das sind 20 Mal mehr als noch vor zehn Jahren.

„ChannelAdvisor liefert nicht nur das marktführende Werkzeug für das Bestands- und Feedmanagement“, erklärt Steel. „Das Team hält uns auch immer über globale E-Commerce-Trends auf dem Laufenden. Ohne ChannelAdvisor wäre das Leben viel komplizierter!“

„Gerade die Nischenanbieter konnten zuletzt enorm wachsen. Hier eröffnen sich für uns neue Geschäftschancen, die wir ohne ChannelAdvisor nie ergriffen hätten.“

„Ohne ChannelAdvisor wäre das Leben viel komplizierter!“

– ANDREW STEEL
E-Commerce
Director, Charles
Bentley