

Zweistellige Wachstumszahlen – acht Monate in Folge: Wie Crazy Dog T-Shirts auf Marktplätzen erfolgreich wurde



„Mit ChannelAdvisor läuft einfach alles viel effizienter. Die Plattform ist inzwischen zu einer Säule unseres Geschäftsmodells geworden. Ich weiß nicht, was wir ohne sie tun würden.“ – **TONY KINGSTON**, Digital Marketing Manager Crazy Dog T-Shirts

Standort: Rochester, NY, USA
Web: www.crazydogtshirts.com
Branche: Kleidung

DAS UNTERNEHMEN

Als Bill Kingston 2004 begann, T-Shirts zu verkaufen, war das Ganze noch eher ein Jux. Die Idee dazu war ihm im Rahmen eines E-Commerce-Projekts an seinem College gekommen. Kingston erstand auf eBay eine Lehr-VHS zum T-Shirt-Druck, meldete eine Website an und machte sich mit einigen Familienmitgliedern an die Arbeit – auf einer Fläche von gerade einmal 55 Quadratmetern.

Wohl kaum hatte der frischgebackene Hochschulabsolvent geahnt, wie erfolgreich er mit ausgerechnet dieser Idee werden würde.

Heute beschäftigt Crazy Dog T-Shirts fast 50 Mitarbeiter auf knapp 3500 Quadratmetern. Das Unternehmen spezialisiert sich auf individuell angefertigte T-Shirts und Motto-Shirts. Dabei legt Crazy Dog Wert auf hochwertige, superweiche Stoffe und einen Druck, der weder verblasst noch abblättert. Auf Instagram wirbt das Unternehmen sehr erfolgreich für seine Kollektionen – wer schon einmal über flotte Sprüche wie „I like coffee and maybe three people“ oder „world's okayest brother“ gestolpert ist, der kennt die Produkte von Crazy Dog.

Gerade die unglaubliche Vielzahl von Sprüchen zu allen Anlässen begeistert ganz unterschiedliche Zielgruppen und macht das Unternehmen äußerst erfolgreich. Darüber hinaus kann Crazy Dog sich über etliche positive Kundenbewertungen freuen – nicht nur für die Produktqualität, sondern auch für den Kundenservice. Immer wieder heben Käufer die unerwartet schnelle Lieferung, die perfekte Passform und die überraschenden Sonderangebote positiv hervor.

Dabei waren die Abläufe bei Kingston und seinem Team keineswegs immer so reibungslos. Erst, als das Unternehmen die richtigen Tools und Technologien beisammen hatte, wurde es mehr und mehr Standard, Kundenerwartungen zu übertreffen.

DIE SITUATION

Je stärker der Bekanntheitsgrad der Marke stieg, desto schwieriger wurde es für Crazy Dog T-Shirts, die Nachfrage zu befriedigen. „Auf eBay und Amazon waren wir bereits sehr präsent“, erklärt Digital Marketing Manager Tony Kingston. „Aber mit ständig neu hinzukommenden Plattformen veränderte sich der Markt so schnell, dass wir nicht mehr mithalten konnten.“ Bei einem Angebot von über hundert Marktplätzen weltweit war allein die Entscheidung, welche Kanäle am besten zum Produktkatalog der Marke passen würden, eine enorme Herausforderung – vom jeweiligen Start auf den einzelnen Plattformen ganz zu schweigen.

(Forts.)

DIE SITUATION (FORTS.)

So erkannte das Team schon nach dem ersten Versuch, einen neuen Marktplatz in Eigenregie zu managen, dass es eine bessere Lösung brauchen würde: Die Einrichtung verlief ineffizient, und schnell zeigte sich, dass es praktisch unmöglich sein würde, all die vielen beweglichen Teile im Blick zu behalten. Waren die Kernstrategie und die Zukunftsvisionen des Unternehmens bewundernswert solide, mangelte es doch an der richtigen Technologie. Hier kam ChannelAdvisor ins Spiel.

DIE LÖSUNG

Acht Jahre, nachdem Crazy Dog sein erstes T-Shirt verkauft hatte, führte das Unternehmen die E-Commerce-Plattform von ChannelAdvisor ein.

„Wir hatten mit verschiedenen Anbietern gesprochen und unterschiedliche Optionen in Betracht gezogen“, erklärt Kingston. „Doch [ChannelAdvisor] bot klar die robusteste Plattform von allen.“

Schon kurz nach der Entscheidung für ChannelAdvisor begann man bei Crazy Dog, Produktdaten hochzuladen, die diversen Anbindungen zu nutzen und auf neuen Marktplätzen zu expandieren.

„Es ist schlichtweg nicht möglich, Tausende SKUs auf 20 verschiedenen Plattformen ohne Hilfe zu managen“, so Kingston. „Mit ChannelAdvisor nutzen wir eine SKU. Müssen wir eine Produktänderung vornehmen, machen wir das einmal – und die Änderung wird auf allen 20 Marktplätzen übernommen. Das ist phänomenal.“

Heute hilft ChannelAdvisor Crazy Dog T-Shirts nicht nur dabei, mehrere Marktplätze effizient zu managen und über neue E-Commerce-Trends auf dem Laufenden zu bleiben. Auch bei der Optimierung des Fulfillments profitiert Crazy Dog von der Plattform und ihrer ShipStation-Anbindung.

„ChannelAdvisor ist der zentrale Dreh- und Angelpunkt bei allem, was wir tun“, sagt Kingston. „Wenn jemand im Team ein Bild oder eine UPC-Nummer nachschlagen muss, wird er ohne Umwege in ChannelAdvisor fündig.“

DIE ERGEBNISSE

Mit Unterstützung von ChannelAdvisor konnte Crazy Dog T-Shirts seine Kernstrategie wie geplant umsetzen – und seine gesteckten Ziele noch übertreffen.

So erzielte das Unternehmen zuletzt in acht aufeinander folgenden Monaten zweistellige Wachstumszahlen.

„Ohne ChannelAdvisor bräuchten wir viel mehr Personal, um unsere E-Commerce-Plattform am Laufen zu halten“, so Kingston. „Kaum vorstellbar, dass wir ohne ChannelAdvisor dieses Maß an Erfolg hätten.“

Von der Optimierung seiner Amazon-Keywords bis zum Einstieg auf neuen, aufstrebenden Marktplätzen findet Crazy Dog T-Shirts immer wieder Gelegenheiten, die vielseitigen Funktionen der Plattform für sich zu nutzen.

„Mit ChannelAdvisor läuft einfach alles viel effizienter. Die Plattform ist inzwischen zu einer Säule unseres Geschäftsmodells geworden. Ich weiß nicht, was wir ohne sie tun würden.“

Und was rät Kingston anderen Verkäufern, die vor ähnlichen Herausforderungen stehen?

„Wenn im Unternehmen die technischen Kompetenzen zur Nutzung der Plattform vorhanden sind, kann man enorm von ihr profitieren. Nehmen Sie sich deshalb die Zeit, das System kennenzulernen. Das macht sich langfristig wirklich bezahlt.“

„Ohne ChannelAdvisor bräuchten wir viel mehr Personal, um unsere E-Commerce-Plattform am Laufen zu halten.“

„Wir hatten mit verschiedenen Anbietern gesprochen und unterschiedliche Optionen in Betracht gezogen“, erklärt Kingston. „Doch [ChannelAdvisor] bot klar die robusteste Plattform von allen.“

„Es ist schlichtweg nicht möglich, Tausende SKUs auf 20 verschiedenen Plattformen ohne Hilfe zu managen. Mit ChannelAdvisor nutzen wir eine SKU. Müssen wir eine Produktänderung vornehmen, machen wir das einmal – und die Änderung wird auf allen 20 Marktplätzen übernommen. Das ist phänomenal.“

— **TONY KINGSTON**,
Digital Marketing Manager
Crazy Dog T-Shirts