

Mit ChannelAdvisor verkauft EMP erfolgreich auf Marktplätzen

channeladvisor® 
FALLSTUDIE



Internationale Expansion in 6 Regionen
mit ChannelAdvisor Marketplaces

Standort: Lingen, Deutschland

Web: <https://www.emp.de>

Branche: Musik-Merchandise

DAS UNTERNEHMEN

Die Geschichte von EMP begann vor über 30 Jahren im Emsland – genauer gesagt in einer Wohnung in Lingen, als kleiner Merchandise-Versandhandel von Fans für Fans. Heute ist EMP einer der führenden Anbieter am Markt: Als Teil der Warner Music Group vertreibt das Unternehmen Fanartikel, Kleidung und alles, was die Herzen von Metal-Musik Begeisterten höher schlagen lässt. Im Laufe der Jahre wurden dabei viele neue, digitale Vertriebskanäle erschlossen. Eines blieb aber immer gleich: die Leidenschaft für die eigenen Produkte und die Kunden.

DIE SITUATION

600 EMP-Mitarbeiter kümmern sich um den europaweiten Verkauf des 30.000 Artikel umfassenden Sortiments – von Bekleidung, Accessoires und Schmuck bis hin zu Videos, CDs und DVDs. Um die steigende Nachfrage noch effektiver zu bedienen, strebte EMP zusätzlich zum eigenen Onlineshop den aktiven Vertrieb über Marktplätze an. Eines stand dabei von Anfang an fest: Ein paralleles Management von Bestandsmengen, Preisen und Produkt-Content auf mehreren Plattformen würde angesichts des großen Sortiments schnell die bestehenden Kapazitäten sprengen. Deshalb wandte sich EMP an ChannelAdvisor.

DIE LÖSUNG

EMP ging die Expansion mit ChannelAdvisor Marktplätze als Self-Service-Lösung an. Inzwischen ist EMP damit in sechs Ländern auf Amazon, eBay und Cdiscount aktiv und plant im Rahmen seiner Expansionsstrategie, weitere Marktplätze ins Portfolio aufzunehmen.

„Ohne ChannelAdvisor hätten wir heute kein Marktplatz-Business“, sagt Caroline Offergelt, die als Marketplace Manager bei EMP für Vertrieb und Marketing zuständig ist. „Wir hätten nie so einfach auf diesen Plattformen durchstarten können.“

An der Lösung schätzt das Team von EMP nicht nur die schnelle Übertragung von Mengen- und Preis-Updates an die Marktplätze. Auch das ChannelAdvisor-Dashboard und die präzisen Berichte und Analysen, die sich über die Plattform erstellen lassen, sind für Offergelt zu unverzichtbaren Bestandteilen ihrer täglichen Online-Aktivitäten geworden.

channeladvisor® 

DAS ERGEBNIS

Seitdem EMP ChannelAdvisor Marktplätze einsetzt, konnte das Unternehmen seinen Durchschnittsbestellwert auf Marktplätzen um 23% steigern. Für EMP löst die Plattform von ChannelAdvisor zudem gleich drei drängende Probleme:

- **Preisanpassungen:** Mit den Automatisierungs- und Repricing-Tools von ChannelAdvisor kann EMP die Produktpreise flexibler und agiler anpassen – ohne in Preisspiralen zu geraten.
- **Lizenzanforderungen:** Lizenzen spielen im Merchandise-Sektor eine wichtige Rolle. Entsprechend wichtig ist es, Produkt-Content optimal zu präsentieren und bei Bedarf nachzusteuern und dabei stets die geltenden Marktplatz-Anforderungen zu berücksichtigen. ChannelAdvisor unterstützt EMP hier mit zeitnah durchgeführten Updates und macht transparent, welche Artikel aufgrund von Einschränkungen nicht auf einem Marktplatz verkauft werden können.
- **Datenanalysen:** Die Auswertung und Optimierung von Daten zur besseren Entscheidungsfindung war ein weiteres zentrales Anliegen von EMP. Dank praxisrelevanter Analysefunktionen, etwa zum Anteil der Buy-Box-Gewinne, kann EMP besser beobachten, was die Konkurrenz macht und wie das Unternehmen im Vergleich dasteht.

„Die Arbeit mit ChannelAdvisor ist intuitiv und erspart uns unzählige manuelle Schritte“, erklärt Caroline Offergelt. Für sie ist klar: ChannelAdvisor ist mit seiner leistungsstarken Lösung ein wichtiger Partner für den Erfolg von EMP.

„Die Arbeit mit ChannelAdvisor ist intuitiv und erspart uns unzählige manuelle Schritte.“

— CAROLINE OFFERGELT
Marktplatzmanagerin, EMP