

KitchenAid: Langlebige Produkte und treue Kunden – auch auf Online-Marktplätzen



Expansion mit
Marktplätzen und
dem eigenen Shop



Vermeidung von
Überverkäufen



Erstklassiges
Online-Einkaufserlebnis

KitchenAid®

Standort: Benton Harbor, Michigan, USA

Web: www.kitchenaid.com

Branche: Haus, Garten und Werkzeug

DAS UNTERNEHMEN

Kochfreunde weltweit kennen und schätzen die hochwertigen Küchengeräte und das Kochzubehör von KitchenAid. Das Produktsortiment reicht von der berühmten Universalküchenmaschine bis hin zu Kühlschränken, Kochgeschirr und mehr. Was 1919 mit einem Standmixer begann, ist heute einer der führenden Küchengeräteanbieter der Branche. Unter den Mitgliedern der „International Association of Culinary Professionals“ herrscht Einigkeit: Laut einer Umfrage aus dem Jahr 2012 ist KitchenAid *die* Küchengerätemarken überhaupt.

DIE SITUATION

Die Marke KitchenAid existiert seit vielen Jahren und genießt bei ihren Kunden einen ausgezeichneten Ruf. Um diese Kundentreue auch im Netz zu bewahren, wollte das Unternehmen ein besonders attraktives Online-Shopping-Erlebnis kreieren. „Für uns ist es wichtig, dass alles, was wir online tun – jede Aktion, jedes Bild und alles andere – wirklich erstklassig ist“, erklärt Todd Ohme, eBusiness and Marketplace Manager bei KitchenAid.

Mit dem wachsenden Erfolg des E-Commerce im Einzelhandel erkannte KitchenAid die Chancen, die in den neuartigen Online-Vertriebskanälen schlummerten, und begann, seine Produkte auf eBay und anderen Marktplätzen anzubieten. Das Unternehmen fing mit einer kleinen Auswahl seiner Produkte an und war nach einigen erfolgreichen Jahren so weit, seine E-Commerce-Aktivitäten auszubauen. Man entschied sich, sämtliche Produkte auf mehreren Marktplätzen sowie im Direktverkauf anzubieten.

Doch als KitchenAid begann, mehr Produktangebote auf Marktplätzen einzustellen, taten sich schon bald Probleme bei der Bestandsverwaltung und beim Kundenservice auf. „Wir waren ja bereits seit Jahren auf Marktplätzen präsent. Aber jetzt wollten wir richtig expandieren und alle Teile und Artikel anbieten, die wir im Sortiment führen“, so Ohme. „Ein bestmöglicher Kundenservice gehört für uns dabei einfach dazu – doch leider fiel es uns schwer, den Bestand auf allen Marktplätzen zu überwachen und Überverkäufe auszuschließen. Je mehr Kanäle man bespielt, desto schwieriger wird das Bestandsmanagement, und das hat bei einigen unserer Kunden zu Verärgerung geführt.“

DIE LÖSUNG

KitchenAid entschied sich dafür, sein Geschäft auf Marktplätzen mit ChannelAdvisor Marktplätze zu managen. Dank dieser Lösung und ihrem zentralen Bestandsdaten-Feed konnte KitchenAid seine Produktdaten schon bald problemlos an ganz verschiedene Kanäle senden. Die Lösung ermöglichte ein erfolgreiches Management des gesamten Verkaufsprozesses, von der Erstellung der Angebote bis hin zu Bestellabwicklung – über eine einzige, zentrale Programmoberfläche. So gewinnt KitchenAid heute dank ChannelAdvisor wertvolle Zeit für andere Prioritäten wie den Kundenservice.

„ Dank der Zentralisierung all unserer Produktfeeds und Bestandsdaten haben wir endlich einen genauen Überblick über die aktuelle Lage – jeden Tag. ”

– Todd Ohme, eBusiness and Marketplace Manager KitchenAid

DAS ERGEBNIS

Mit der Automatisierung der Bestandsdaten durch ChannelAdvisor war KitchenAid in der Lage, seine Bestandsmengen jederzeit präzise zu überwachen und Kundenanliegen zügiger zu bearbeiten. „Dank der Zentralisierung aller Feeds haben wir endlich einen genauen Überblick über die aktuelle Lage – jeden Tag“, so Ohme. „So können wir jetzt auch online einen maßgeschneiderten und vor allem schnellen Kundenservice bereitstellen. Wir legen großen Wert darauf, Anfragen innerhalb eines Tages zu beantworten und unseren Kunden bei Retouren unverzüglich Ersatzprodukte zukommen zu lassen.“

Darüber hinaus konnte KitchenAid seit der Implementierung von ChannelAdvisor Marktplätze die Anzahl seiner Produkthanbote deutlich erhöhen. „Wir konnten für unsere Kunden ein tolles Einkaufserlebnis schaffen – und sie wissen es zu schätzen, dass sie im Netz direkt bei uns einkaufen können“, so Ohme. „Mittlerweile ist unsere online erhältliche Produktpalette um das Zehnfache gewachsen. Von der Feststellschraube bis zum Backofen ist alles dabei. Die Umsetzung war wirklich einfach, und wir konnten praktisch sofort sehen, wie die Umsätze stiegen.“

Die großen Erfolge mit ChannelAdvisor haben KitchenAid dazu ermutigt, weitere Geschäftschancen auf aufstrebenden Marktplätzen zu prüfen. „ChannelAdvisor bietet einen hervorragenden Support, und ich verstehe mich bestens mit meinem Account Manager“, erklärt Ohme. „Jetzt, wo wir auf eBay etabliert sind, wollen wir auch andere Marktplätze erobern.“