

ERFOLGSGESCHICHTE

Effizientere Anzeigenkampagnen, mehr Verkäufe – und 85 % mehr Umsatz im Vorjahresvergleich: Wie Legacy Creek mit ChannelAdvisor neue Erfolge feiert



STANDORT

Cypress, Texas, USA



WEBSITE

www.ajtack.com



KATEGORIE

Reitsport



LÖSUNG

Managed Services

DAS UNTERNEHMEN

Der Ursprung von Legacy Creek geht auf das Jahr 2002 zurück, als mit AJ Tack ein Online-Händler antrat, das traditionell stark auf den stationären Vertrieb ausgerichtete Geschäft für Sattel und Reitzubehör aufzuwirbeln. Der Gründer hatte das Potenzial erkannt, das im Online- (und Marktplatz-) Verkauf hochwertiger Reitsättel steckte.

Im Mai 2020 schließlich übernahm mit Michael Farrell und Maddie Roeber ein ehrgeiziges Vater-Tochter-Gespann das Geschäft, das inzwischen unter dem Namen Legacy Creek LLC dba AJ Tack firmiert. Zusammen bauten die beiden das Produktangebot stark aus – und unterzogen die unternehmenseigene Website einer Runderneuerung inklusive Rebranding.

Als Präsidentin des Unternehmens bringt Roeber ihre eigene Leidenschaft für Pferde und Reitsport mit ins Geschäft. „Ich besitze selber Pferde und nutze damit auch viele der Produkte, die wir verkaufen“, erklärt sie. In ihrer Funktion als Präsidentin kümmert sie sich um das Marketing und den Social-Media-Bereich von AJ Tack – sowie um Produkt-Uploads, Content und Marktforschung. Farrell übernimmt die Rolle des CEO und widmet sich vorrangig der Buchhaltung, der Lagerlogistik (in Partnerschaft mit verschiedenen Herstellern) und der Bestellabwicklung.

Während viele Online-Shops für Reitausrüstung den Schwerpunkt meist entweder auf den Western- oder den englischen Reitstil legen, hat Legacy Creek sich als oberstes Ziel gesetzt, Anhänger beider Disziplinen zu bedienen. Neben den Produkten der Eigenmarke AJ Tack vertreibt das Unternehmen auch andere bekannte Marken. Zu den beliebtesten Produkten von Legacy Creek zählen saisonale Pferdendecken, Sattelhalter und Roping Dummies.

DIE SITUATION

Als Roeber und Farrell AJ Tack übernahmen, nutzte das Unternehmen bereits ChannelAdvisor für den Verkauf auf Amazon, Walmart und eBay. Um das Management der Google-Anzeigen kümmerte sich hingegen ein anderer Anbieter. Nach der Übernahme wollte das Team sämtliche Vorzüge der Multichannel-Plattform von ChannelAdvisor nutzen – vor allem mit Blick auf die Bereinigung von Daten und das Management von Listings. Roeber erklärte: „Die Arbeit mit verschiedenen Plattformen bedeutete einen extrem hohen Lernaufwand. Wir vergeudeten viel Zeit damit, Produktdaten für ein Listing aufzubereiten oder zu analysieren, wo das Problem bei bestimmten Listings lag.“

Hier konnte ChannelAdvisor punkten. Neben der automatisierten Bereitstellung präziser Produktdaten überzeugte vor allem die konkurrenzlose Digital-Marketing-Expertise das Team bei Legacy Creek. Die Entscheidung, die Partnerschaft mit ChannelAdvisor zu vertiefen, fiel Roeber und Farrell daher nicht schwer.

„Wir haben uns durchaus andere Anbieter angeschaut. Aber ein Vergleich der Angebote und die Beziehung, die wir bereits mit ChannelAdvisor hatten, gaben schnell den Ausschlag, ChannelAdvisor künftig auch im Marketing stärker einzubinden“, erklärt Farrell.

Für das Vater-Tochter-Team brachte diese Entscheidung aber noch einen weiteren Vorteil: Gemeinsam wollte man künftig mehr über Google verkaufen und weitere Möglichkeiten zur Ausweitung der digitalen Präsenz und des Katalogs von AJ Tack prüfen.

DIE LÖSUNG

Um sich auf Amazon, eBay und Google stärker vom Wettbewerbsumfeld abzuheben, entschied sich das Team von Legacy Creek, das [Managed-Services-Angebot von ChannelAdvisor](#) in Anspruch zu nehmen. Hiermit sicherte sich das Unternehmen die Unterstützung durch einen eigenen [Client Strategy Manager](#), der sich vorrangig um Google-Anzeigen kümmert.

„Bei den Kunden auf der ersten Seite zu landen, ist ein extrem wichtiges Ziel“, so Roeber. „Doch natürlich ist dies nur der erste Schritt. Sie dann noch dazu zu bringen, auch einen Kauf zu tätigen, ist wieder eine ganz andere Sache.“ Legacy Creek setzt daher mittlerweile bei allen Aktivitäten vom Digital Marketing bis zum Ausbau des Vertriebsnetzes auf ChannelAdvisor. Neben den [Managed Services für Digital Marketing](#) und [Marktplätze](#) nutzt das Unternehmen auch noch die [Self-Service-Lösung von ChannelAdvisor für Marktplätze](#).

Durch die Ausweitung der Partnerschaft mit ChannelAdvisor kann Legacy Creek die Digital-Marketing- und Repricing-Tools der Plattform inzwischen noch effektiver nutzen. Immer mehr Marktplatz-Strategien bei Legacy Creek tragen heute die Handschrift der ChannelAdvisor-Experten. Das Ergebnis? Laut Farrell und Roeber konnte die Effizienz der Anzeigenkampagnen deutlich gesteigert werden. AJ Track ist gegenüber seiner Ausgangsposition heute einen guten Schritt weiter gekommen.

DIE ERGEBNISSE

Dank der Beratung durch die hauseigenen ChannelAdvisor-Strategen konnte das Unternehmen bessere Geschäftsentscheidungen treffen – Entscheidungen, die zu mehr Gewinnen, effizienteren Werbemaßnahmen und weniger Ablenkung durch manuelle Fehler führten.

Das Unternehmen konnte die Conversion-Zahlen für das 4. Quartal um 44 % im Jahresvergleich steigern

Zusammen mit den Digital-Marketing-Experten von ChannelAdvisor steckte Legacy Creek ein ehrgeiziges Ziel: die Website-Conversions innerhalb eines Jahres zu verdoppeln. Unter Anleitung durch das Managed-Services-Team entwickelte Legacy Creek im 4. Quartal 2021 Google-Shopping-Kampagnen, die sich ausschließlich auf wichtige Marken fokussierten, welche von anderen Händlern während der Weihnachtszeit nicht angeboten wurden. Die Taktik ging auf: Das Unternehmen konnte die Conversion-Zahlen für das 4. Quartal um 44 % im Jahresvergleich steigern und seine Erwartungen noch übertreffen.

Das Plus an Conversions zeigte sich auch bei den Einnahmen. Laut Farrell stiegen die Umsätze im selben Quartal um über 85 %. Aber das ist noch nicht alles.

„Ein Aspekt von ChannelAdvisor Marktplätze war für uns besonders interessant gewesen: die Repricing-Technologie. Und die zeigte praktisch unmittelbar nach der Einführung ihre Wirkung“, so Farrell.

Die Wirkung der Partnerschaft zeigte sich in der erhöhten Quote der Buy-Box-Erfolge von Legacy Creek auf Amazon. Gerade im wichtigen 4. Quartal 2021 legte das Unternehmen eine absolut herausragende Performance hin: Die Umsätze aus Amazon-Werbung stiegen im Jahresvergleich um 236 %, was zu einem weiteren Schub der Rendite aus Werbeinvestitionen um 28 % führte.

„Ein Aspekt von ChannelAdvisor Marktplätze war für uns besonders interessant gewesen: die Repricing-Technologie. Und die zeigte praktisch unmittelbar nach der Einführung ihre Wirkung.“

– Michael Farrell, CEO, Legacy Creek

„Unser Fokus liegt auf den Verkaufszahlen – und wie wir effektiv mehr aus jeder Investition in Werbeanzeigen herausholen“, so Farrell.

Seit 2022 nutzt Legacy Creek die Repricing-Technologie von ChannelAdvisor, um bei Veränderungen der Nachfrage automatisch auf den Markt reagieren zu können. Unterm Strich konnte das Unternehmen mit den getroffenen Maßnahmen erhebliches Einsparpotenzial heben.

„Dank ChannelAdvisor haben wir mehr Zeit und Ressourcen, um unsere Bestellungen effizient abzuwickeln“, erklärt Roeber. „Wir konnten unsere unabhängige Website komplett überholen und neu branden, was ein wirklich großes Projekt war.“

✓ 28 % mehr ROAS im 4. Quartal 2021

✓ 85 % Umsatzwachstum im 4. Quartal 2021



✓ 44 % mehr Website-Conversions im 4. Quartal 2021

✓ 236 % mehr Umsatz aus Amazon-Werbung im 4. Quartal 2021

Ein weiterer Vorteil, den Roeber besonders hervorhebt: Verändern sich Marktplatz-Anforderungen oder kommt es zu Angebotsfehlern, ist ChannelAdvisor jederzeit erreichbar. Dank einer schnellen, unbürokratischen Problembehebung erscheinen die Produktangebote von Legacy Creek wirklich jederzeit da, wo sie hingehören: Auf dem Bildschirm interessierter Kunden.

„ChannelAdvisor bündelt nicht nur umfassende Kompetenzen und Lösungen, sondern ist auch bestens vernetzt und immer über aktuelle Entwicklungen auf dem Laufenden“, sagt Farrell. Das Duo hat damit mehr Freiheit denn je, sich anderen wichtigen unternehmerischen Aspekten und seinen Wachstumsplänen zu widmen. Aktuell unterstützt ChannelAdvisor Legacy Creek auf Shopify, Amazon, eBay, Walmart und Google. Eine Expansion auf anderen Kanälen ist bereits in Planung.

Ein weiteres Vorhaben ist der Ausbau des Produktkatalogs. Künftig will das Unternehmen auch Luxusmarken aus den Kategorien Möbel, Bekleidung und Dekoration ins Programm aufnehmen. All diesen Schwung verdankt das Team laut Roeber der Unterstützung durch ChannelAdvisor. Und so würde sie die Services von ChannelAdvisor jederzeit weiterempfehlen: „Jeder Verkäufer, der mehrere Plattformen nutzt und einen verlässlichen Lösungsanbieter mit professionellem Support sucht, wird von ChannelAdvisor begeistert sein.“