



Mehr als 250 Produkte, gemanagt über eine zentrale Plattform: So nutzt die Mayborn Group ChannelAdvisor Brand Analytics

Standort: Paris

Web: <https://www.mayborngroup.com>

Branche: Babyartikel

DAS UNTERNEHMEN

Die Mayborn Group steckt hinter einigen der weltweit beliebtesten Marken für Babyartikel. Man kann also sagen, dass das britische Unternehmen viele große und kleine Kunden glücklich macht. Die Unternehmensgruppe unterhält Niederlassungen in den USA, Frankreich, Italien, Hongkong und Australien – und hat im Laufe der Jahre Millionen von Produkten an Tausende Eltern verkauft. Und doch konnten selbst Jahrzehnte der Expansion und eines kontinuierlichen Ausbaus des Vertriebsnetzes das Team bei Mayborn nicht auf die Herausforderungen vorbereiten, die die Ausweitung des Online-Vertriebs mit sich brachte.

DIE SITUATION

In Frankreich vertreibt das E-Commerce-Team von Mayborn rund 250 Produkte unter der Marke Tommee Tippee. Um das Management des hierfür genutzten Netzwerks von Onlinehändlern (darunter ein französisches Unternehmen) kümmert sich dabei genau eine Person im Pariser Mayborn-Büro. Angesichts Hunderter SKUs und zu überwachender Produktpreise eine extrem anspruchsvolle Aufgabe für Account Manager Benjamin Auffray:

„Ich denke, das ist der schwierigste Teil meines Jobs. Ich kann einfach nicht alle Produkte einzeln bei jedem Händler managen. Letztlich muss ich mich um alle Händler gleichzeitig kümmern.“

Manuell sei diese Aufgabe laut Auffray praktisch nicht zu bewältigen. Daher machte er sich schon vor einiger Zeit auf die Suche nach einer automatisierten Lösung. „Nur so kann ich sicherstellen, dass meine Produkte jederzeit mit dem richtigen Preis am richtigen Ort auftauchen.“

DIE LÖSUNG

In ChannelAdvisor Brand Analytics fand Auffray schließlich eine zentralisierte Lösung für die Verwaltung seiner mehr als 250 Produkte. Die umfangreichen Dashboards und Reporting-Funktionen der Lösung ermöglichen informierte Geschäftsentscheidungen zur Produktverfügbarkeit, Preisgestaltung und vielen weiteren Aspekten.

Für Auffray entfällt dank Brand Analytics nicht nur die manuelle Überprüfung von Produktseiten bei den verschiedenen Händlern. Die Lösung gestattet außerdem rasche Anpassungen.

„Ich nutze ChannelAdvisor Brand Analytics jeden Tag. Mit der Lösung verfolge ich die Preisentwicklung online nach und behalte den Überblick über eventuelle Lieferengpässe und aktuelle Kundenrezensionen.“

DIE ERGEBNISSE

Mit ChannelAdvisor Brand Analytics kann Auffray wöchentlich vier bis fünf Arbeitsstunden einsparen. Zugleich leistet die Lösung mit ihren nahtlosen Kommunikations- und Berichtsfunktionen einen wichtigen Beitrag zur Verbesserung der Händlerbeziehungen:

„Ich kann mir Benachrichtigungen einstellen und sehe so immer sofort, wenn ein Produkt irgendwo nicht erhältlich ist“, erklärt Auffray. So könne er bei Bedarf umgehend Maßnahmen mit den betroffenen Händlern ergreifen.

Wie die Mayborn Group setzen inzwischen immer mehr globale Marken auf E-Commerce-Intelligence-Lösungen, die über tausende Händler-Websites und Marktplätze hinweg Erkenntnisse zur Produkt-Performance liefern.

„Das Beste an ChannelAdvisor Brand Analytics ist: Man kann sich seine Berichte individuell zusammenstellen“, erläutert Auffray. „So behalte ich immer den ganzen Markt im Blick und sehe innerhalb von zwei Minuten, ob es Probleme bei der Online-Distribution gibt.“

„Ich nutze ChannelAdvisor Brand Analytics jeden Tag. Mit der Lösung verfolge ich die Preisentwicklung online nach und behalte den Überblick über eventuelle Lieferengpässe und aktuelle Kundenrezensionen. Innerhalb von zwei Minuten kann ich sehen, ob es Probleme bei der Online-Distribution gibt.“

– BENJAMIN AUFFRAY,
E-Commerce Account Manager
and Business Analyst,
Mayborn Group