

Fahrt aufnehmen: Pushys erobert Amazon und Catch



10-15 % MEHR
ABSATZ AUF EBAY



>40.000 LIVE-ANGEBOTE
AUF MARKTPLÄTZEN

PUSHYS

Ort: Salisbury, Australien
Web: www.pushys.com.au
Branche: Sportartikel

DAS UNTERNEHMEN

Pushys.com.au wurde 2011 als Online-Ableger von Pushys Bike Warehouse, dem größten Radsportfachhändler Australiens mit Sitz in Fyshwick, gegründet. Pushys verkauft Fahrräder aus allen wichtigen Kategorien: Von Rennrädern über Mountain- und E-Bikes bis hin zu BMX. Daneben zählen Roller, Skateboards und praktisch alle denkbaren Fahrrad-Zubehörteile zum Sortiment.

Erklärtes Ziel des Unternehmens ist es, seinen Kunden eine möglichst breite Auswahl an Marken und Produkten zu bieten – bei bestmöglichen Preisen und einem herausragenden Kundenservice.

So gehört es selbstverständlich zur Wachstumsstrategie von Pushys, sich auch online mit einem erstklassigen Kundendienst sowie extrem kurzen Bestell- und Lieferzeiten von der Konkurrenz abzuheben.

Im eigenen E-Commerce-Distributionszentrum in Queensland beschäftigt Pushys 30 Mitarbeiter in Vollzeit, Kundendienst- und Vertriebsupport sowie administrative Tätigkeiten und Web-Management inbegriffen.

Das Unternehmen weiß: Um mit den Anforderungen der Kunden mitzuhalten, muss Pushys sich immer wieder neu (und vor allem schnell) auf die Veränderungen im E-Commerce einstellen.

Nicht zuletzt deshalb arbeitet Pushys seit 2007 mit ChannelAdvisor. Aktuell nutzt das Unternehmen die Plattform zur Verwaltung seiner Marktplatz-Aktivitäten auf eBay, Amazon und Catch in Australien sowie Trade Me in Neuseeland.

DIE HERAUSFORDERUNG

Seit dem 2011 erfolgten Einstieg in den Onlinehandel konnte Pushys mit seinem eigenen Shop sowie dem Vertrieb über eBay, der mit ChannelAdvisor Marktplätze koordiniert wird, stetig wachsen. 2013 folgte der Launch auf Trade Me – erneut unter Einsatz von ChannelAdvisor zur Angebotsverwaltung – der Pushys einen weiteren Wachstumsschub brachte. Als nochmal ein paar Jahre später Catch und Amazon in der australischen Marktplatz-Landschaft landeten, war klar, dass Pushys abermals seine Strategie ausbauen würde.

„Wir sind überzeugt, dass die Menschen dort einkaufen können sollten, wo sie einkaufen wollen. Und das natürlich wann immer und wie sie wollen“, erklärt Glen Navratil, Mitinhaber von Pushys. „Deshalb wollen wir auch auf den meisten Plattformen mit von der Partie sein. So sichern wir unseren Wettbewerbsvorteil.“

Für Pushys bestand die Herausforderung also vorrangig darin, mit Tausenden Artikeln auf zahlreichen Marktplätzen zu expandieren – und zugleich überall eine markenkonforme Kundenerfahrung sicherzustellen.

DIE LÖSUNG

Da Navratil bereits bei der Expansion auf eBay und Trade Me positive Erfahrungen mit ChannelAdvisor gesammelt hatte, war klar, dass das Unternehmen auch bei der Ausweitung seiner Vertriebsstrategie auf ChannelAdvisor setzen würde. „Wir kennen die Plattform von ChannelAdvisor inzwischen sehr gut. Deshalb wussten wir, dass es keine effektivere Methode gibt, unseren Launch auf anderen Marktplätzen durchzuziehen“, so Navratil. „Außerdem war schnell klar, dass ChannelAdvisor die kostengünstigste Art sein würde, Catch und Amazon zu bedienen.“

DIE LÖSUNG (FORTSETZUNG)

Da man bei Pushys bereits seit Jahren mit Marktplätzen arbeitet, weiß das Team, wie schnell sich die Landschaft verändern kann. „Jeder Marktplatz hat seine Eigenheiten und besonderen Herausforderungen. Hier bleibt einfach nichts lange so, wie es ist“, erklärt Navratil. Deshalb brauchte Pushys einen Lösungsanbieter, der agil auf die Evolution des E-Commerce-Markts reagiert.

„Unser Ziel ist es, möglichst viel zu automatisieren. Bei ChannelAdvisor laufen alle Fäden dafür in einer Lösung zusammen. Über die Plattform können wir jeden wichtigen Marktplatz anbinden, und die Lösung kümmert sich dann um den Rest. So bleibt uns mehr Zeit für strategische Prioritäten.“

— Glen Navratil, Director, Pushys

DAS ERGEBNIS

Was praktisch unmittelbar nach Projektbeginn deutlich wurde, war, wie einfach und reibungslos der Launch auf den neuen Marktplätzen verlief. „Dank ChannelAdvisor konnten wir den kompletten Katalog in einem Durchgang einstellen. Innerhalb kürzester Zeit hatten wir mit der Plattform all unsere Angebote auf Amazon und Catch online.“ Derzeit listet Pushys über 25.000 Produkte auf eBay und fast 20.000 auf Amazon Australia.

„Der Schlüssel liegt in der Automatisierung“, erklärt Navratil. „Unser Ziel ist es, möglichst viel zu automatisieren. Bei ChannelAdvisor laufen alle Fäden dafür in einer Lösung zusammen, die zudem nahtlos in unser Backend-ERP-System integriert ist. Über die Plattform können wir jeden wichtigen Marktplatz anbinden, und die Lösung kümmert sich dann um den Rest. So bleibt uns mehr Zeit für strategische Prioritäten.“

Das Team von Pushys weiß: Da kein Marktplatz wie der andere ist, reicht es nicht, einfach Angebote einzustellen und das Beste zu hoffen. „Jede Plattform hat ihre Grenzen. Mit ChannelAdvisor werden die Eigenheiten jedes Marktplatzes berücksichtigt, während die eigentliche Arbeit für uns immer gleichbleibt“, so Navratil. „So wissen wir stets, was wir zu tun haben – und bekommen jederzeit den besten Support. Alle Updates und Veränderungen werden im Handumdrehen umgesetzt.“

Der Multi-Marktplatz-Ansatz funktioniert: Im Jahresvergleich konnte Pushys seine Absatzzahlen auf eBay um 10-15 % steigern. Auch auf den anderen Marktplätzen wie Catch ließ der Erfolg nicht lange auf sich warten.

Navratils Rat an andere Händler? „Wenn man eine große Anzahl von Artikeln oder Bestellungen hat, kommt man um eine API-Anbindung praktisch nicht herum. In diesen Größenordnungen ist das Geschäft ohne eine Plattform wie ChannelAdvisor nicht zu managen.“