

Razer: Steigerung des Marktplatz-Warenwerts um den Faktor zehn



Bruttowarenwert auf Marktplätzen ↑ 10x
Effizienz ↑ 50 %

Standort: Singapur

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

Kategorie: Verbraucherelektronik

DAS UNTERNEHMEN

Jeder ernsthafte Gamer weiß: Das richtige Equipment ist ein wichtiger Schlüssel zum Erfolg. Aus diesem Grund vertrauen über 100 Millionen User auf die preisgekrönten Gaming-Laptops, Software und Zubehör von Razer. Razer ist die Marke für alle, die Wert auf eine herausragende Spielerfahrung legen – und wird von anspruchsvollen Gamern weltweit geschätzt.

Trotz dieser enormen Popularität stand aber auch Razer bei der Expansion vor einer großen Herausforderung.

DIE SITUATION

Je stärker sich die Shopping-Gewohnheiten der Kunden in Richtung Online-Handel entwickelten, desto mehr setzte auch Razer auf Marktplätze wie Amazon und eBay. Kurz nach den ersten Expansionsschritten auf den neuen Kanälen realisierte das E-Commerce-Team bei Razer jedoch, dass es gar nicht so einfach werden würde, hier eine wirklich starke Präsenz aufzubauen. Produktangebote mussten optimiert, Kataloge verwaltet und Lagerbestände nachverfolgt werden. Mit jedem neuen Marktplatz-Launch wurde dieser Prozess komplexer.

„Es war unglaublich schwierig, so viele Marktplätze gleichzeitig zu managen“, erklärt Ain Karel Areola, Senior Manager of Online Sales Operations. „Da uns eine Lösung fehlte, die die unterschiedlichen Anforderungen der einzelnen Kanäle berücksichtigt, hatten wir wirklich zu kämpfen.“

„Natürlich wollten wir aber die immer schneller wachsende Fanbase nicht enttäuschen und machten uns deshalb auf die Suche nach einer zuverlässigen E-Commerce-Plattform“, fügt Digital Specialist Hueyming Koh hinzu.

Für eine strategischere Vorgehensweise auf Marktplätzen verglich das Team daher mehrere Lösungsanbieter miteinander.

DIE LÖSUNG

Es dauerte nicht lange, bis die Marke das am besten zu ihren Anforderungen passende Produkt gefunden hatte.

„Mit ChannelAdvisor können wir viel einfacher skalieren. Die Plattform ist ideal für Marken, die zügig auf globalen Marktplätzen in Nordamerika, Europa und der Region Asien-Pazifik expandieren möchten“, so Areola.

Mit Unterstützung durch die ChannelAdvisor **Managed Services für Marktplätze** konnte das Team von Razer erfolgreich 11 Marktplätze weltweit ins Portfolio aufnehmen, darunter Target, Newegg, Walmart und weitere. Zunächst konzentrierte man sich dabei auf den US-amerikanischen und den europäischen Markt, später nahm das Unternehmen über den Marktplatz Catch weitere Zielgruppen im asiatisch-pazifischen Raum ins Visier.

„Über ChannelAdvisor bleiben wir mit jedem Marktplatz in Verbindung, und unser Team hat mehr Zeit für profitable, strategisch wichtige Initiativen“, so Koh. „Von den Automatisierungsfunktionen bis zur Optimierung von Produktangeboten bietet die Plattform viele Features, die uns die Arbeit deutlich erleichtern.“

„Die ganze Erfahrung mit ChannelAdvisor hat uns wirklich vorangebracht. Wenn mal ein Problem auftritt, ist das Managed-Services-Team für uns da und findet schnell eine Lösung“, so Areola.

Darüber hinaus helfen die E-Commerce-Spezialisten von ChannelAdvisor dem Online-Team von Razer dabei, spannende neue Geschäftschancen besser zu nutzen.

„ChannelAdvisor Managed Services ist zu einer echten Verlängerung unseres eigenen Teams geworden“, stellt Koh fest. „Wir werden über aktuelle Entwicklungen auf den einzelnen Marktplätzen genauso auf dem Laufenden gehalten wie über veränderte Gesetze und Vorschriften, etwa im Hinblick auf die Mehrwertsteuer wie zuletzt beim Brexit.“

DIE ERGEBNISSE

Die erfolgreiche Zusammenarbeit mit ChannelAdvisor ist für Razer der Beweis dafür, dass es selbst bei bestens etablierten Marken immer noch großes Wachstumspotenzial gibt. Dank der richtigen Mischung aus E-Commerce-Technologie und Expertise konnte die Marke die Anzahl der bespielten Marktplätze binnen kurzer Zeit verdoppeln. Innerhalb von nur einem Jahr hatte Razer seinen Bruttowarenwert auf Marktplätzen auf diese Weise um den Faktor zehn erhöht.

Sicher: Während der Pandemie erreichte die **Gaming-Aktivität weltweit neue Rekordwerte**, und 82 % der Gamer gaben in der Zeit mehr Geld für Equipment aus als vorher. Doch muss man solch eine Chance eben auch nutzen. Dank ChannelAdvisor war Razer hier zur rechten Zeit am rechten Ort, um seine Sichtbarkeit und damit die Nachfrage deutlich zu steigern. Dass dieser Prozess gleichzeitig bemerkenswert einfach verlief, verdankt das Unternehmen laut Koh auch den leistungsfähigen Berichtsfunktionen und intuitiven Dashboards von ChannelAdvisor.

Ein besonders schönes Erfolgsbeispiel ist eBay: Hier konnte das Team von Razer dank tatkräftiger Unterstützung durch ChannelAdvisor Managed Services am exklusiven „Certified Refurbished Program“ des Marktplatzes teilnehmen. „Refurbished-Produkte verkaufen sich wirklich gut – ungefähr 25 % unserer auf Marktplätzen abgesetzten Artikel sind refurbished“, so Koh.

Der zusätzliche Arbeitsaufwand für diese Erfolge lag laut Koh bei null. Tatsächlich konnte Razer den Zeitaufwand im Online-Vertrieb dank ChannelAdvisor sogar reduzieren. „Unsere Effizienz ist um rund 50 % gestiegen“, so Areola. „Über die universelle Vorlage können wir Produkte ganz einfach auf allen Marktplätzen listen. Und das ChannelAdvisor-Dashboard liefert im Handumdrehen wertvolle Infos. So läuft z. B. die Eingabe von Bestandsmengen schnell und einfach.“

Koh zufolge haben vor allem die Automatisierungsfunktionen, gepaart mit der ChannelAdvisor-Expertise, durchschlagende Wirkung gezeigt – von der Überwachung von Lagerbeständen bis zur Erstellung starker Produktangebote.

„Ohne ChannelAdvisor wäre unser Job insgesamt viel anstrengender“, erklärt sie. „Das Team von ChannelAdvisor ist global hervorragend vernetzt und wirklich auf dem Laufenden, kennt alle relevanten Marktplatz-Richtlinien und aktuellen Best Practices im E-Commerce. Dieses Maß an Fachwissen ist für jede Marke, die schnell, reibungslos und profitabel expandieren will, von unschätzbarem Wert.“

„Über ChannelAdvisor bleiben wir mit jedem Marktplatz in Verbindung, und unser Team hat mehr Zeit für profitable, strategisch wichtige Initiativen.“

– HUEYMING KOH,
Digital Specialist
Razer

„Mit ChannelAdvisor können wir einfach skalieren. Die Plattform ist ideal für Marken, die zügig auf globalen Marktplätzen in Nordamerika, Europa, UK und der APAC-Region expandieren möchten.“

– AIN KAREL AREOLA,
Senior Manager, Online Sales
Operations, Razer