

## ERFOLGSGESCHICHTE

# 81 % geringere Werbekosten für Verkäufe in einem Monat: Wie Sweetwater vom Self-Service-Angebot von ChannelAdvisor für Amazon profitierte



#### STANDORT

Fort Wayne, Indiana, USA



#### WEBSITE

[www.sweetwater.com](http://www.sweetwater.com)



#### KATEGORIE

Verbraucherelektronik



#### DIE LÖSUNG

Self Service für Marktplätze

### DAS UNTERNEHMEN

Was haben die Musiklegenden Dolly Parton und Stevie Wonder – abgesehen von ihren Grammy-Auszeichnungen – gemeinsam? Nun, beide haben mit Chuck Surack gearbeitet, dem Gründer und Vorsitzenden von Sweetwater Sound. Es war das Jahr 1979, als Surack, selbst ehemaliger Musiker, ein mobiles Tonstudio gründete. Sein damaliger Hauptsitz: das Steuer eines VW-Busses. Wo immer aufstrebende Stars ihre Musik aufnehmen wollten, brachte Surack einfach das Studio zu ihnen.

Die Idee war so erfolgreich, dass Surack schon nach einem Jahr einen festen Firmensitz eröffnen konnte. Zu dem Zeitpunkt beriet er bereits Showgrößen wie Dolly Parton, Stevie Wonder, Kenny Rogers, Aerosmith und viele andere.

Heute, gut 40 Jahre später, ist Sweetwater Sound zu einem der beliebtesten Onlineshops für berühmte und weniger berühmte Musikliebhaber geworden. Das Sortiment umfasst alles, was das Musikerherz begehrt – von Gitarren über Audio-Interfaces bis hin zu Schlagzeugen. Nicht zuletzt dank seiner kundenorientierten Unternehmensphilosophie konnte Sweetwater dabei stetig weiter wachsen. Erst kürzlich eröffnete das Unternehmen ein knapp 50.000 qm großes Fulfillment-Center, ausgestattet mit modernster Technologie.

### DIE SITUATION

Gute Musik ist zeitlos. Aber natürlich darf auch ein Unternehmen wie Sweetwater nicht im Zeitalter von Achtspurmaschinen und Kassettenrecordern stehenbleiben. So ging das Unternehmen immer mit, wenn sich die Einkaufsgewohnheiten der Kunden in der digitalen Welt veränderten. Neben der eigenen Website platzierte Sweetwater seinen Produktkatalog auch auf Amazon, eBay und bei Reverb, einem Marktplatz von Musikern für Musiker. Channel Managerin Laura Smith zufolge konnte Sweetwater mit der Einführung dieser Marktplätze schnell neue Verkaufserfolge erzielen. Das eigene, technisch versierte Webentwicklungsteam bei Sweetwater leistete dazu einen wichtigen Beitrag. Nichtsdestotrotz gab es auch für Sweetwater eine große Herausforderung: die angemessene Optimierung des E-Commerce-Geschäfts.

Smith beschreibt die Situation so: „Zunächst waren wir gar nicht in der Lage, den Erfolg unserer Initiativen zu messen. Um herauszufinden, wo unsere Potenziale steckten, entschieden wir uns für die Zusammenarbeit mit ChannelAdvisor.“

## DIE LÖSUNG

Als Sweetwater 2019 begann, mit ChannelAdvisor zu arbeiten, geschah das auch aus der Notwendigkeit, in einer sich dramatisch verändernden Wettbewerbslandschaft profitabel skalieren zu können. Für Smith bot die Kombination des [ChannelAdvisor Self-Service-Angebots für Marktplätze](#) und der ChannelAdvisor Flex Feeds hierzu den vielversprechendsten Ansatz – aus einer Reihe von Gründen: Zunächst kann das E-Commerce-Team bei Sweetwater damit die leistungsfähigen Automatisierungs- und Reportingfunktionen von ChannelAdvisor für jeden Verkaufskanal nutzen. Das hilft Smith und ihrem Team bei der Vereinheitlichung der Produktdaten.

Darüber hinaus erlaubt die zentralisierte ChannelAdvisor-Plattform aber auch ein effektives Management und eine schnelle Reaktion auf schwankende Werbekosten für Verkäufe („Advertising Costs of Sales“, kurz ACoS). Für Sweetwater ist diese Fähigkeit wichtig, um Gewinnmargen effektiver zu schützen.

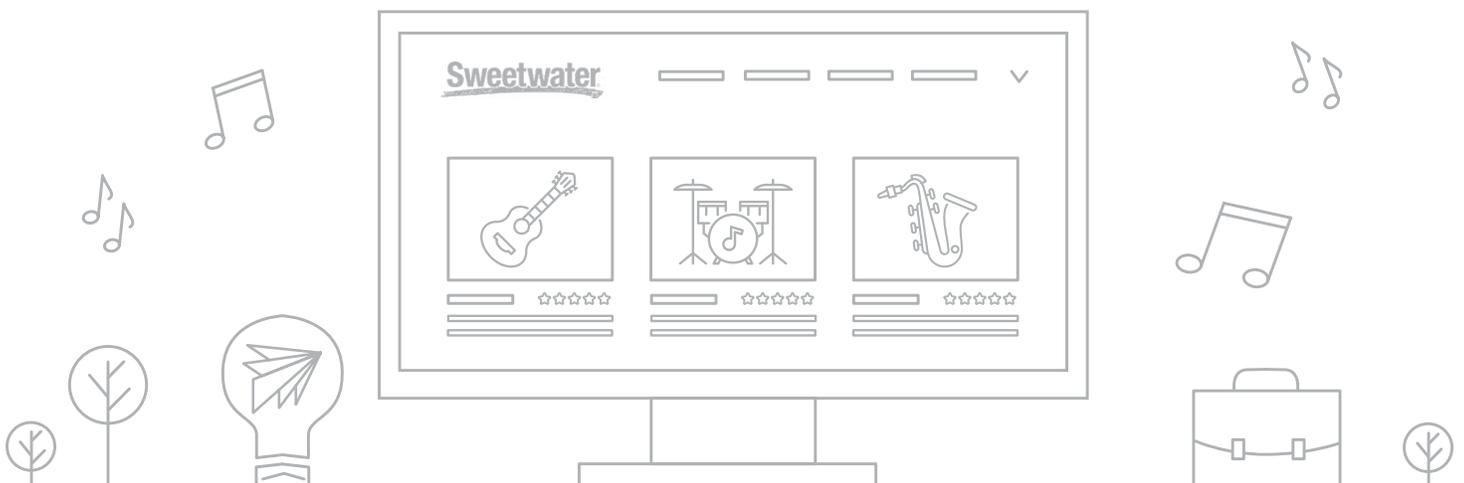
Smith: „Dank ChannelAdvisor kann mein Team Änderungen schnell, flexibel und skaliert umsetzen. Die Feeds und Formeln von ChannelAdvisor leisten uns dabei wichtige Dienste. Unser Entwicklerteam muss die Last der Anpassung der Kanal-Feeds nicht mehr alleine schultern. Mit ChannelAdvisor sparen wir Zeit und können Ressourcen sinnvoller einsetzen. Sind Veränderungen nötig, können wir diese im Handumdrehen implementieren. ChannelAdvisor nimmt uns dabei einen Großteil der Arbeit ab.“

Ein weiteres zentrales Argument für ChannelAdvisor sind laut Smith die Automatisierungsoptionen der Multichannel-Commerce-Plattform. Diese sind gerade im Hinblick auf die Arbeit mit Formeln und die Steigerung der Produktsichtbarkeit spannend:

„Mit ChannelAdvisor können wir ermitteln, welche Produktattribute für unsere Zielgruppen von besonderem Interesse sind. So kann ich das an die verschiedenen Zielseiten übermittelte Sortiment besser eingrenzen“, erklärt Smith. „Es geht nicht nur darum, Listings und Content zu verwalten. Mit ChannelAdvisor können wir Aufgaben programmatisch ausführen und erhalten wichtige Erkenntnisse zur Wettbewerbssituation. ChannelAdvisor bietet hierzu mehr Berichtsfunktionen als andere Anbieter. Mit der Plattform haben wir unsere Performance auf den einzelnen Marktplätzen immer genau im Blick, und das ist für uns von entscheidender Bedeutung.“

Einen zusätzlichen Bonus stellen für Smith die [ChannelAdvisor Flex Feeds](#) dar. Das Feature gestattete ihrem Team, eine maßgeschneiderte Integration für den Marktplatz Reverb zu erstellen. Die Umsätze dort stiegen laut Smith binnen weniger Monate.

„Wir konnten auf dem Kanal wirklich enorm wachsen“, so Smith. Ausschlaggebend für diesen Erfolg war die hohe Qualität der Produktdaten. „Mit den Formeln und Steuerungsmechanismen, die wir bereits in ChannelAdvisor angelegt hatten, konnten wir auch die Sortiments- und Produktdaten für Reverb optimal kontrollieren. Dank ChannelAdvisor listen wir die passenden Produkte mit dem dazugehörigen Content, abgestimmt auf die Bedürfnisse und Anforderungen unserer Kunden und Kanäle.“



## DIE ERGEBNISSE

Die Zusammenarbeit mit ChannelAdvisor hat für Smith zu mehr Agilität und einer strategischeren Herangehensweise beigetragen – gerade auf Amazon. Aktuell unterstützt ChannelAdvisor Sweetwater dabei, seine Amazon-Anzeigen zu automatisieren. Laut Smith konnten die Werbekosten für Verkäufe (ACoS) mit diesen Maßnahmen schon jetzt deutlich reduziert werden. Innerhalb von nur einem Monat gingen diese um ganze 81 % zurück, was es dem Unternehmen ermöglicht, Anzeigenkosten und Gewinnspannen noch besser mit den langfristigen Geschäftszielen in Einklang zu bringen.<sup>1</sup>

**„Die Automatisierungslösungen von ChannelAdvisor sind wirklich hervorragend. Mit ihnen kommen wir unserem Ziel, die Werbekosten für Verkäufe in nur einem Monat von 18 % auf 2 % zu senken und dieses Niveau langfristig zu halten, ein großes Stück näher.“**

– Laura Smith, Marketplace Channel Manager, Sweetwater

„Die Verwaltung eines Anzeigenprogramms für einen umfassenden Produktkatalog kann eine echte Herausforderung sein“, erklärt Smith. „Die Automatisierungslösungen von ChannelAdvisor sind wirklich hervorragend. Mit ihnen kommen wir unserem Ziel, die Werbekosten für Verkäufe in nur einem Monat von 18 % auf 2 % zu senken und dieses Niveau langfristig zu halten, ein großes Stück näher.“

Dank ChannelAdvisor kann Smiths Team genau die Artikel identifizieren, die die ACoS in die Höhe treiben, und rasch gegensteuern. Smith ergänzt: „Niedrige Werbekosten sind für die Wirtschaftlichkeit auf jedem Kanal äußerst wichtig. ChannelAdvisor liefert uns die Steuerungsoptionen und Erkenntnisse, die wir für weitere Effizienzsteigerungen in diesem Zusammenhang brauchen.“

<sup>1</sup> Kunde meldete einen ACoS-Rückgang von 16 % auf 3,13 % in einem Monat

