

Wie Vintage Parts dank ChannelAdvisor im Handumdrehen Tausende neuer Produkte listen konnte



„ChannelAdvisor macht es uns wirklich leicht. Das Team hat die richtigen Kontakte und die passenden Strukturen, um selbst große Projekte effizient abzuwickeln.“

– Pete Fogarty, Vice President of Sales and Marketing, Vintage Parts

Standort: Beaver Dam, WI, USA

URL: <https://www.vpartsinc.com>

Kategorie: Automobilteile

DAS UNTERNEHMEN

Seit über 50 Jahren haucht das Unternehmen Vintage Parts Ersatzteilen alter Automobile neues Leben ein. Der Nischenhändler hat sich darauf spezialisiert, ausgediente Teile von Originalherstellern einer neuen Bestimmung zuzuführen – und hat heute über 10 Millionen Teile und Komponenten auf Lager.

DIE SITUATION

Gute Kontakte zu Herstellern und autorisierten Händlern bildeten über Jahrzehnte hinweg die Geschäftsgrundlage für Vintage Parts. Doch natürlich stand auch dieses Unternehmen irgendwann an dem Punkt, an dem es über traditionelle Vertriebskanäle hinauswachsen musste. Das Vertriebs- und Marketingteam begann, sich nach neuen Chancen im E-Commerce umzusehen. Und spätestens ab diesem Zeitpunkt wurden einige Dinge deutlich komplizierter.

Laut Geschäftsführung waren bei Vintage Parts viele Jahre lang eine ganze Reihe von Lösungen für das Management von Vertrieb und Marketing im Einsatz. „Lange Zeit hatten wir unsere eigene, maßgeschneiderte Website, die auch für unsere Händler sehr gut funktionierte“, erklärt Pete Fogarty, Vertriebs- und Marketingchef bei Vintage Parts. „Die Händler kennen ihre Teilenummern und wir haben ihre Kontaktdaten bereits auf der Website erfasst. So mussten sie bei einer Bestellung einfach nur die betreffenden Informationen eingeben.“

Als sein Unternehmen jedoch begann, als offizieller Händler für die Originalteilhersteller auch direkt an Kunden zu verkaufen, wurden die Abläufe komplexer. „Natürlich ist es schwieriger, einen Endkunden angemessen zu informieren, der Bilder sehen möchte und genau wissen will, ob ein gezeigtes Teil auch wirklich zu seinem Produkt passt“, führt Fogarty aus.

Darüber hinaus hatte Vintage Parts sich zum Ziel gesetzt, den wachsenden Hobbyschrauber-Markt auch über neue Kanäle stärker ins Visier zu nehmen. Bald jedoch zeigte sich, dass die Expansion über Online-Auktionshäuser und Marktplätze aufwändiger sein würde, als zunächst gedacht. Statt also Tausende Teile manuell auf den Marktplätzen zu listen, machten sich Fogarty und sein Team auf die Suche nach einer Lösung, die diesen Schritt automatisiert.

„Wir wollten einfach die Möglichkeit haben, große Teile unseres Katalogs schungweise auf den verschiedenen Plattformen hochzuladen“, erklärt er.

DIE LÖSUNG

Für die Optimierung der Bestands- und Angebotsdaten kam nach einer ersten Prüfung eigentlich nur eine Lösung ernsthaft in Betracht: „ChannelAdvisor macht es uns wirklich leicht“, so Fogarty. „Das Team hat die richtigen Kontakte und die passenden Strukturen, um selbst große Projekte effizient abzuwickeln.“

Vintage Parts begann, zusammen mit ChannelAdvisor die Bestandsdatenbank aufzuräumen und über sämtliche Vertriebsplattformen hinweg auf den neuesten Stand zu bringen. „Wenn ein Produkt bei uns nicht mehr lieferbar ist, dann ist es weltweit vergriffen“, so Fogarty. „Deshalb ist eine präzise Verwaltung der Bestandsdaten für uns extrem wichtig.“

DIE ERGEBNISSE

Bevor Vintage Parts zu ChannelAdvisor wechselte, lud das Team jährlich rund 3.000 bis 4.000 Artikel manuell hoch. Nur einen Monat nach dem Wechsel hatte das Team rund 200.000 Angebote auf eBay eingestellt, selbstverständlich mitsamt der Bestätigung durch die Hersteller. Dieser Datenbestand bleibt kanalübergreifend synchronisiert – ChannelAdvisor aktualisiert die Daten alle 15 Minuten.

Durch die rasch anziehenden Verkaufszahlen auf eBay ermutigt, begann das Team, auch auf weiteren Marktplätzen wie Walmart zu expandieren. „Wir sind begeistert, was wir bisher erreicht haben“, sagt Fogarty. „Ohne ChannelAdvisor könnten wir diese neuen Marktplätze gar nicht für uns nutzen.“

„Ohne
ChannelAdvisor
könnten wir
diese neuen
Marktplätze gar
nicht für uns
nutzen.“

– PETE FOGARTY,
Vice President of Sales and
Marketing, Vintage Parts