

Verbesserte Suchfunktion:

K&L Ruppert-Kunden finden  
zuverlässiger zum Produkt

## Case Study zur Produktsuche-Optimierung bei K&L Ruppert

### Das Problem: Zu viele Nulltreffer, zu hohe Ausstiegsquote

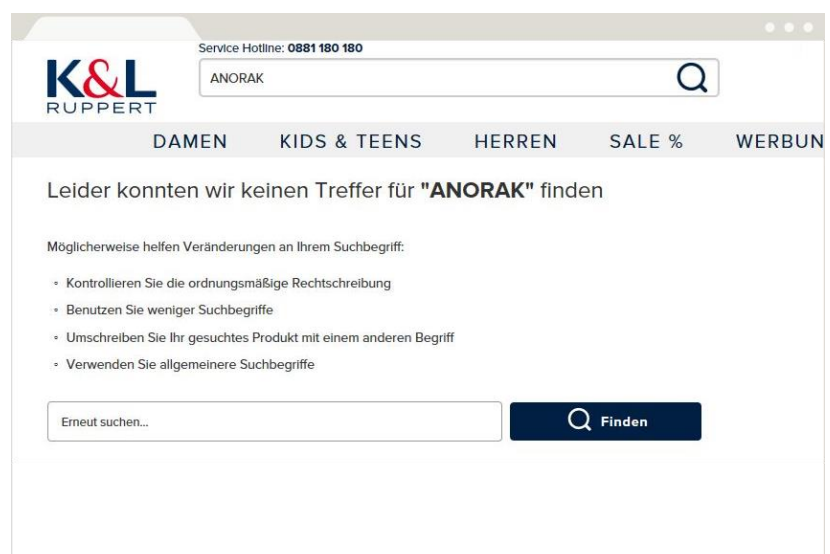


Barbara Echinger möchte Kunden über eine verbesserte Produktsuche online erfolgreich bedienen können

30% aller Nutzer der Suche verlassen den Onlineshop, ohne ein Produkt zu kaufen oder auch nur in den Warenkorb zu legen. Und mehr als 23 % aller Suchanfragen führen auf die Null-Treffer-Seite. Als Barbara Echinger, Product Management und Category Merchandising Online bei K&L Ruppert, die Auswertungen zur Produktsuche im Onlineshop des Unternehmens auf den Tisch bekam, läuteten bei ihr die Alarmglocken. Denn sie wusste aus Erfahrungsberichten, dass Suchende in einem Onlineshop in der Regel überdurchschnittlich gut konvertieren.

Auf die schlechten Kennzahlen der Suche stieß zunächst die Hamburger Expertengruppe talentformation.commerce. Der Dienstleister stand K&L Ruppert als E-Commerce-Berater und Unterstützer bei der Shop-Optimierung zur Seite. Die Ausstiegsquote sowie die Anzahl von Suchanfragen ohne Ergebnis bewerteten sie als besonders auffällig.

Da die Suche im Onlineshop ein wichtiger Konversionstreiber ist und Null-Treffer schnell zum vorzeitigen Verlassen des Shops führen, gab talentformation.commerce den Rat, das Optimierungsteam um die Produktsuche-Spezialisten von Tudock zu erweitern. Für eine effektive Lösung der Such-Probleme erhielt Tudock den Auftrag, die IST-Situation genauer zu evaluieren und konkrete Optimierungspotenziale aufzuzeigen.



Suchanfragen ohne Ergebnis können Kunden zum sofortigen Verlassen des Onlineshops verleiten

1400

Mitarbeiter

143

Mio. Umsatz

8

Jahre online



## Über K&L Ruppert

Der Modeanbieter K&L Ruppert ist über den Verkauf seiner Eigenmarken im stationären Handel groß geworden. Dort finden Damen, Herren und Kinder aktuelle Kollektionen aus den Bereichen Business, Freizeit, Sport, Outdoor, Wäsche, Trachtenmode und Accessoires.

Dass die Produkte gefallen, belegt die erfolgreiche Expansionsstrategie des Modeanbieters: Aus dem ursprünglichen Ladengeschäft in Weilheim sind über 60 Filialen in sechs Bundesländern erwachsen. Seit 2008 erfolgt der Vertrieb auch über den Onlineshop [kl-ruppert.de](http://kl-ruppert.de).

Aufgrund der positiven Geschäftsentwicklung beurteilte der Modeanbieter den Verkauf über das Internet zuletzt als ausbaufähig: Der bisherige Online-Umsatz machte Lust auf mehr.

K&L Ruppert entschied sich daher, den Shop grundlegend analysieren zu lassen und sukzessive zu optimieren, um insbesondere die Konversion langfristig noch zu steigern.

## Die Aufgabenstellung: Die Konversion über die Suche steigern

Barbara Echinger ist froh, dass sich K&L Ruppert entschlossen hat, die Produktsuche des Shops zu verbessern, und freut sich über die gezielte Unterstützung durch Tudock. Projektleiter Michael Wolf legt prägnant dar, welche Aspekte der Suche Tudock betrachten wird.

Als Aufgaben stehen an:

- Das User Interface und die Usability der Suche aus Nutzersicht zu bewerten,
- das Nutzerverhalten zu analysieren, um Suchmuster und Problemfälle zu erkennen,
- die Produktdaten auf Qualität und Vollständigkeit zu prüfen,
- die Integration und Konfiguration der Produktsuche Celebros zu kontrollieren,
- den Funktionsumfang der Suche zu bewerten und gegebenenfalls zu erweitern,
- die Suchergebnisqualität zu bestimmen
- und das Tracking auszuweiten beziehungsweise grundsätzlich einzurichten.

## Die Lösung: Klare Handlungsempfehlungen und Unterstützung im Betrieb der Suche

Die Ergebnisse der Initialanalyse setzt Tudock in konkrete Handlungsempfehlungen um – und spricht auch Wertschätzung für den Status quo aus. So liefert die Suche nach Produktnamen bereits ohne Optimierung ordentliche Ergebnisse.

Unsere Empfehlung:  
Redundante Vorschläge im  
Suggest vermeiden

Deutliches Optimierungspotenzial gibt es hingegen beim Suggest: Die Suchvorschläge weisen oft Redundanzen auf oder enthalten Suchvorschläge, die keine Treffer liefern. Die Empfehlung für eine schnelle Lösung lautet, die zugrunde liegende Datenbasis auf die Top-1.000-Suchanfragen zu begrenzen sowie Null-Treffer-Anfragen und Teilergebnisse im Suggest auszuschließen, also Suchergebnisse, die sich nur auf einen Begriff einer mehrteiligen Suchanfrage beziehen.

Auch das Sucheingabefeld, die Suchergebnisseite, After Search Navigation und die Benutzerführung lassen sich verbessern. Michael Wolf führt aus: „Wichtig ist es unter anderem, dem Nutzer das Suchergebnis deutlich zu erklären – der Kunde soll verstehen, was mit seiner Suchanfrage passiert, beispielsweise bei der Auslieferung von Teilergebnissen. Nur so lassen sich unerfreuliche Irritationen vermeiden.“



Kommunikation eines Teilergebnisses an den Nutzer bei kl-ruppert.de

## Konkrete Ziele für die Such-Optimierung

Mit den Handlungsempfehlungen legt Tudock die Basis für eine zielgerichtete Optimierung der Produktsuche.

Konkret geht es darum,

- die Frontend-Usability zu erhöhen,
- die Suchergebnisqualität zu verbessern,
- die Anzahl der Nulltreffer zu reduzieren,
- die Ausstiegsquote aus der Suche zu verringern
- und die Konversion über die Suche zu steigern.

## Wie suchen die Kunden von K&L Ruppert?

K&L Ruppert-Kunden suchen vor allem nach Sortimentbezeichnungen und Marken

Im Rahmen der Initialanalyse identifiziert Tudock wichtige Suchmuster, damit die Kundenbedürfnisse berücksichtigt und Optimierungen im Projektteam passend priorisiert werden können. Für K&L Ruppert stehen Suchen nach Sortimentbezeichnungen, nach Sortimentbezeichnungen in Kombination mit der Zielgruppe oder Filterwerten und die Suche nach Marken im Vordergrund. Für alle Suchmuster testet Tudock die Suchergebnisqualität anhand repräsentativer Stichproben. Bei einer minderen Ergebnis- und Navigationsqualität forscht das Suchteam von Tudock nach den Ursachen und empfiehlt Barbara Echinger Lösungen zur Behebung des Problems.

## Weichen stellen für einen besseren Betrieb der Produktsuche

Die Umstellung auf das automatisierte Produkt-Ranking spart zukünftig Zeit bei der Shop-Pflege

Zur Verbesserung der Suchergebnisqualität und Beeinflussung der Abverkäufe gehören auch die Analyse und Optimierung der Suchsoftware. Tudock gibt Tipps, wie sich die Ranking-Regeln für Produktlisten sinnvoll automatisieren und konkret optimieren lassen. Das manuelle Sortieren entfällt – so spart Barbara Echinger erheblich Zeit bei der Pflege des Shops.

Für sechs Monate übernimmt Tudock zudem den Betrieb der Produktsuche von kl-ruppert.de. Zum Umfang der Leistungen gehört die Überprüfung von Null-Treffer-Anfragen, die Kontrolle von Top-Suchbegriffen und, basierend auf den Ergebnissen, die Optimierung der Suchkonfiguration. Hinweise zum Betrieb der Suche werden in einem Leitfaden festgehalten, auf den K&L Ruppert später zurückgreifen kann.

## Das Ergebnis: Messbarer Erfolg und eine klare Vision

Dank der Unterstützung von Tudock kann K&L Ruppert die Suchanfragen ohne Treffer um 80% reduzieren

K&L Ruppert setzt viele Empfehlungen zur Gestaltung des User Interfaces sofort um, bei der Verbesserung der Suchkonfiguration legt Tudock die Hand an. Weitere Schritte wie ein neues Navigationskonzept werden angestoßen. Bereits nach vier Monaten kann K&L Ruppert deutliche Erfolge verbuchen. So reduziert sich die Such-Ausstiegsrate um 30%, die Anzahl der Suchanfragen ohne Treffer geht um 80% zurück. Nach der sechsmonatigen Zusammenarbeit ist sich Barbara Echinger sicher:

„Die Beauftragung von Tudock hat uns sehr nach vorne gebracht. Die Handlungsempfehlungen waren goldrichtig, die Auswirkungen der Umsetzung sind direkt messbar. Wir haben erfahren, dass Tudock in der Onsite-Suchoptimierung Experte ist – das Team um Michael Wolf hat uns super geholfen!“

## Über die Tudock GmbH

Seit mehr als 10 Jahren beraten und unterstützen wir große und mittelständische Unternehmen zur Suche und Navigation im E-Commerce. Wir sind seit 2004 am Markt und beschäftigen aktuell 19 Mitarbeiter. Als E-Commerce-Experte aus Hamburg haben wir uns auf die Themen Suche und Navigation sowie das Shopsystem Magento spezialisiert. Wir sind einziger Customer Excellence Partner von FACT-Finder und besitzen zudem weitreichende Erfahrung mit Suchlösungen wie Fredhopper, SOLR, Celebros, epoq, SEMKNOX und weitere. Durch vielfältige Projekte und Partnerschaften verfügen wir über ein hohes Knowhow in punkto Shopping-Plattformen, Produktsuche und Navigation. Wir sorgen dafür, dass Ihre Kunden schnell und bequem zum Wunschprodukt finden. Profitieren auch Sie von unserer langjährigen und umfangreichen Such-Expertise!

## Tudock GmbH

Holländischer Brook 2  
20457 Hamburg

Geschäftsführer:  
Niels Pahlmann, Michael Wolf

Tel.: +49 40 41366189-0

Fax: +49 40 41366189-9

Amtsgericht Hamburg  
HRB 120625

info@tudock.de

www.tudock.de

USt-IdNr.: DE280611674

## Referenzen

*Zieh Dein Glück an!*  
**sheego**

**GALERIA KAUFHOF**

**prediger** 

**Schwab**



**K&L**  
RUPPERT

**OTTO**

**GERMAN DREAM NAILS**  
Der Onlineshop für traumhaft schöne Fingernägel

**MANUFACTUM.**