

Case Study

Bessere Suchergebnisse für mehr Umsatz

Tudock optimiert die Produktsuche der expert e-Commerce GmbH

Bessere Suchergebnisse für mehr Umsatz

Tudock optimiert die Produktsuche der expert e-Commerce GmbH

Tudock unterstützte die expert e-Commerce GmbH dabei, die Customer Experience (CX) durch eine smarte Produktsuche zu optimieren und die unterschiedlichen Angebotswelten der einzelnen Standorte über die Suche abzubilden.

Als Zieleinlauf war das vierte Quartal 2020 – mit Black Friday und Weihnachtsgeschäft – anvisiert. Ein ambitioniertes Vorhaben, das die Experten von Tudock gemeinsam mit expert und dem technischen Dienstleister erfolgreich umgesetzt haben.



Der Kunde expert SE

- gegründet 1962
- Sitz in Langenhagen, Niedersachsen
- rund 500 Mitarbeiter arbeiten in der Zentrale der expert SE
- die expert SE ist im Groß- und Einzelhandel tätig
- Umsatz 2020/2021: 2,21 Mrd. € (Innenumsatz zu Industrieabgabepreisen (ohne MwSt.))
- 405 Standorte in Deutschland

Die expert SE mit Sitz in Langenhagen ist eine Handelsverbundgruppe für Consumer Electronics, Informationstechnologie, Telekommunikation, Entertainment und Elektrohausgeräte. Aktuell sind in ihr 206 expert-Gesellschafter:innen mit insgesamt 405 Standorten im gesamten Bundesgebiet zusammengeschlossen. Für über 14.000 Mitarbeiter:innen ist expert deutschlandweit ein starker und verlässlicher Arbeitgeber. In der fast 60-jährigen Unternehmensgeschichte hat expert ihre starke Position im Markt gefestigt und ist heute zweitgrößter Elektronikfachhändler in Deutschland. Die Gesellschafter gestalten Angebot und Preise für ihre eigenen Fachmärkte sowie ihre lokalen Online-Shops unter [expert.de](https://www.expert.de) selbst.

Die expert e-Commerce GmbH, gegründet 2011 als Tochtergesellschaft der expert SE, verantwortet sowohl den zentralen Online-Auftritt als auch die E-Commerce-Aktivitäten der stationären Fachhändler. expert steht für höchste Service- und Beratungskompetenz und folgt dabei dem Markenclaim "Mit den besten Empfehlungen". Diesen Anspruch verfolgt die expert e-Commerce GmbH auch für die dezentralen Online-Shops der expert-Gesellschafter. Beste Empfehlungen beginnen dabei beim Finden der gewünschten Produkte sowie der bestmöglichen Präsentation der Ergebnisse.

Ein zentraler Online-Auftritt für 276 Fachmärkte, 105 Fachgeschäfte und 24 TK-Spezialisten: Angesichts dieser herausfordernden Business-Konstruktion ist die Produktsuche grundlegend für die Qualität der Customer Experience (CX).



Die expert e-Commerce GmbH arbeitet mit einem technischen Dienstleister zusammen, der das Shop-System entwickelt und bei der Produktsuche auf die Open Source Lösung Elasticsearch setzt. Aus der Sicht von expert zeigte die Suche jedoch Schwächen, die es zu optimieren galt.

Die Ausgangssituation

Lokaler Fachhandel und überregionaler E-Commerce: Gerade in der Elektronikbranche geht einem Kauf meist eine eingehende Internetrecherche voraus. Die Customer Journey beginnt damit nicht erst beim Besuch im Store, sondern bereits im Vorfeld online.

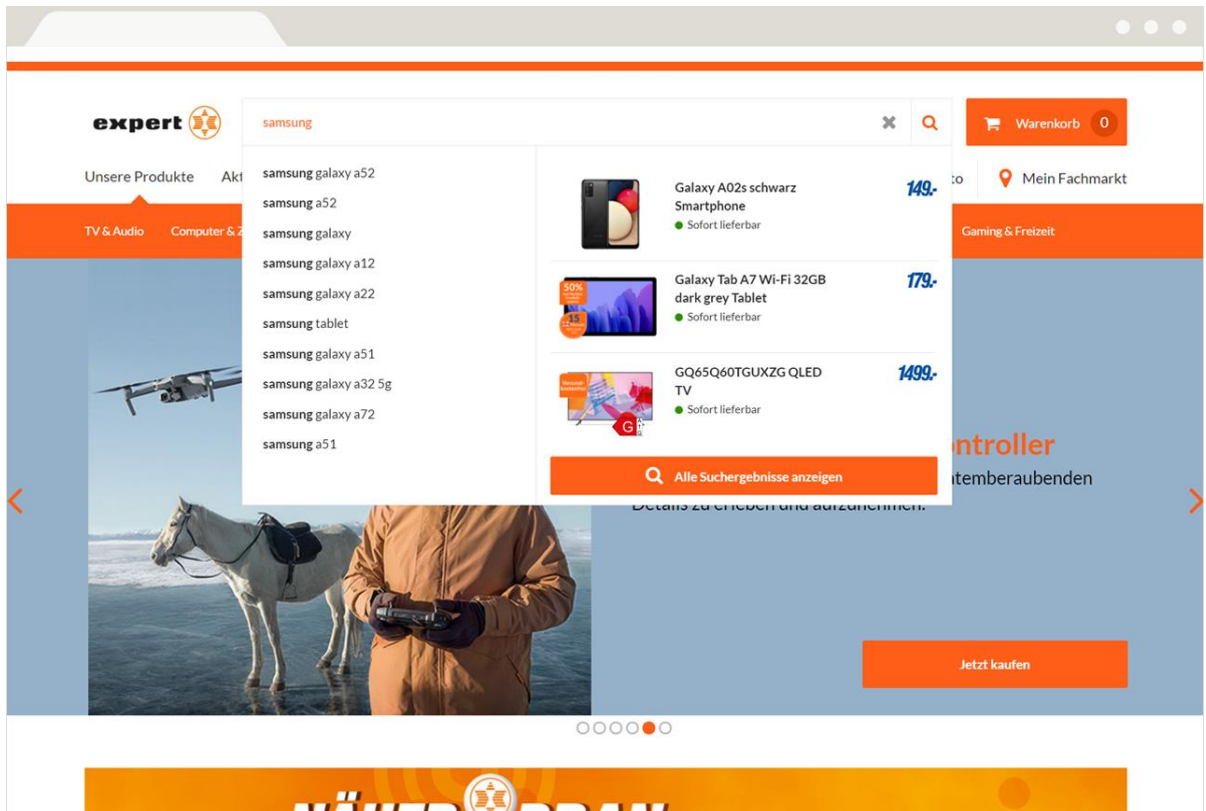
Ausschlaggebend für die Qualität der digitalen CX ist vor allem eine exzellente Suchfunktion, über die der Konsument innerhalb des extrem breiten Elektroniksortiments schnell genau das findet, was er sucht, und dann – wenn gewünscht – zum passenden Fachmarkt mit der entsprechenden Warenverfügbarkeit geleitet wird.

Mit maßgeschneiderten Online-Instrumenten können die Fachmärkte bei expert die Online-Sichtbarkeit ihres Unternehmens steigern, Bestandskunden individueller ansprechen und die Neukundengewinnung steigern. Dabei spielt nicht nur der Kauf, sondern auch der Reservierungsprozess bei expert eine große Rolle.

Ein außergewöhnliches Geschäftsmodell mit unterschiedlichen, regionalen Angebots- und Preisgestaltungen, ein ebenso breites wie komplexes Sortiment, schnelllebige Produktzyklen, unterschiedliche Suchoptionen (Hersteller, Modellnummer, Web-Code, etc.) und hohe Varianz der Datenqualität: Angesichts dieser Herausforderungen suchte die expert e-Commerce GmbH einen externen Dienstleister, der bei der Optimierung der Produktsuche unterstützt und dabei auch neue Themen und Features einbringt sowie deren Umsetzung über den technischen Dienstleister begleitet.

Aus Erfahrung gut: Tudock als bewährter Partner

expert und Tudock: Diese Kombination hatte sich bereits in der Vergangenheit bewährt. Tudock hatte bereits im Vorfeld Audits der Suchergebnisqualität und der Usability im Auftrag von expert erfolgreich durchgeführt. Die Challenge 2020 für Tudock: die Produktsuche auf expert.de grundlegend zu verbessern.



Auto-Suggest mit Such- und Produktvorschlägen über Elasticsearch auf expert.de

Das Ziel: Ganzheitliche Optimierung der Suchfunktion

Die Qualität des derzeitigen Elasticsearch Setups war für expert nicht adäquat einschätzbar, die Funktionsweise des Tools nicht transparent genug, um selbst Veränderungen zu initiieren. Aufgabe für Tudock war dementsprechend, Problemcluster zu identifizieren und eine Roadmap für 2020 zu erstellen mit dem Ziel der kontinuierlichen Verbesserung des Online-Services im Sinne einer optimierten CX.



"Die erste Interaktion mit dem Kunden findet auch bei expert häufig digital statt. Im Zentrum des Projekts stand deshalb die deutliche Verbesserung des Online-Auftritts durch eine Optimierung der Produktsuche. Von einer erfolgreichen, digitalen Begegnung mit dem Konsumenten profitiert dann auch der stationäre Fachhandel", so Christoph Götte, Teamleiter Webshop Management bei der expert e-Commerce GmbH

Die Lösung

Gründlich: Die strategische Analyse der Suche

Eine detailgenaue Betrachtung, ohne den Blick auf das Ganze zu verlieren: Die Experten von Tudock setzen auf ein präzises und systematisches Vorgehen. In den Bereichen Performance, Suchergebnis-Qualität und Usability wurden die auftretenden Probleme in Cluster eingeteilt und anschließend in Kooperation mit dem technischen Dienstleister praktikable Lösungen erarbeitet.

Automatisiertes Testing stellte sicher, dass das neu entwickelte Setup in Elasticsearch auch tatsächlich bessere Ergebnisse lieferte. Außerdem entwickelte Tudock für neue oder optimierte Features (z.B. die Suggest-Funktion) Konzeption und Anforderungsparameter mit dem Ziel der Umsetzung durch den technischen Dienstleister.



„Die Qualität der entwickelten Lösung hängt ab von der Präzision der Analyse der Ausgangslage. Unsere Expertise im Bereich Produktsuche in Kombination mit den Erfahrungen des E-Commerce-Teams von expert sowie objektiven Daten bezüglich des Trackingverhaltens der Nutzer ermöglichten es uns, die Bereiche mit dem größten Optimierungspotenzial zu identifizieren und diese dann anzugehen.“, erläutert Sebastian Russ, Produktmanager Suche bei Tudock.

Gezielt: Strategisches Vorgehen garantiert die pünktliche Erfüllung der Vorgaben

Die definierten Problemcluster wurden schrittweise im Testsystem verbessert und deren Wirkweise sowohl manuell als auch automatisiert überprüft. Mit dem Blick auf das vierte, für den Jahresumsatz entscheidende Quartal 2020 wurde eine Roadmap erstellt und das Timing mit dem technischen Dienstleister bezüglich Kapazitäten und Umsetzbarkeit abgestimmt.

Entlang dieser Roadmap wurden die definierten Themen in einzelnen Streams vorangebracht. Aktuelle Themen und veränderte Prioritäten konnten dabei jederzeit in den Plan einfließen, ohne dass das Gesamtziel aus den Augen verloren wurde.

„In enger Zusammenarbeit mit dem Team von expert sowie dem technischen Dienstleister gelang es uns, das Such-Setup zu verbessern und so die Qualität der Suchergebnisse zu steigern. Eine derart optimierte UX steigert nicht nur den Umsatz, sondern langfristig auch die Kundenloyalität und das Markenimage.“, so Sebastian Russ weiter.

Nachhaltig: Knowhow aufbauen und vermitteln für langfristigen Erfolg

Durch die Kooperation mit Tudock als externem Dienstleister war es expert möglich, das enorme Potential der Suche abzugreifen sowie das Verständnis für die Nutzung von Elasticsearch zu vertiefen. Zum vierten Quartal 2020 startete expert mit einer deutlich verbesserten Produktsuche in die Black-Friday-Woche sowie das Weihnachtsgeschäft.

Das Ergebnis

Sowohl die Toleranz bei alternativen Schreibweisen und Vertippern wurde gesteigert als auch die Präzision und das Ranking der Suchergebnisse. Das letzte Quartal mit den Herausforderungen Black Friday und Weihnachtsgeschäft konnte expert mit der neuen Suchkonfiguration erfolgreich meistern. Die besondere Situation 2020 mit den Einschränkungen im stationären Handel während der Lockdowns, lässt einen validen Vorjahresvergleich der Performance KPIs der Suche wie Conversion Rate und Wert pro Suche nicht zu. Die dafür besser geeigneten Kennzahlen sind zum einen das Verhältnis der Conversion Rate der Visits mit Suche zur Conversion Rate der Visits ohne Suche. Und zum anderen das Verhältnis des Wertes pro Visit mit Suche zum Wert pro Visit ohne Suche. Diese Kennzahlen ermöglichen eine Annäherung, um die Verbesserungen der Suche messbar zu machen.

+33%

Conversion Rate Visits mit Suche
Conversion Rate Visits ohne Suche

+34%

Wert pro Visit mit Suche
Wert pro Visit ohne Suche

Gegenüber dem Vorjahr haben wir bei dem Verhältnis der Conversion Rate der Visits mit Suche gegenüber denen ohne Suche eine Steigerung um 33% im entscheidenden letzten Quartal 2020 nach Livegang der neuen Suche erreicht. Das Verhältnis des Wertes pro Visit mit Suche zum Wert pro Visit ohne Suche hat im Vorjahresvergleich um 34% zugelegt.

Diesen erfolgreichen Weg werden wir gemeinsam mit expert in 2021 weiter fortführen, um die Suche auf expert.de noch besser zu machen.

expert

„Das Produktmanagement durch Tudock hat die Online-Suche innerhalb der strengen Zeitvorgaben messbar präziser gemacht, aber zugleich auch toleranter gegenüber den qualitativ unterschiedlichen Eingaben seitens der Nutzer. Dank Wissenstransfer ist expert in der Lage, die Produktsuche künftig gezielt weiterzuentwickeln. Wir sind mit den bereits sichtbaren Projekt-Ergebnissen sehr zufrieden und planen, in weiteren Bereichen mit Tudock zusammenzuarbeiten.“, lobt Marcus Willbold, Head of e-Commerce bei der expert e-Commerce GmbH.

Tudock Expertise für beste Suchtechnologien

Mit Tudock haben Kunden aus dem B2C- und B2B-Bereich nicht nur einen erfahrenen E-Commerce-Spezialisten für digitale Vertriebsarchitekturen an ihrer Seite, sondern auch Experten für Onsite-Search-Technologien. Von der Beratung und Konzeption bis hin zur Unterstützung bei der Implementierung entwickelt Tudock die beste Suche für Ihren Onlineshop als zusätzlichen Umsatztreiber.

Kontakt

Tudock GmbH
Holländischer Brook 2
20457 Hamburg
www.tudock.de

Michael Wolf
Geschäftsführer
+49 40 41366189-0
michael.wolf@tudock.de

Über die Tudock GmbH

Tudock aus Hamburg ist Spezialist für digitale Vertriebsarchitekturen von Unternehmen aus dem B2C- und B2B-Bereich. Seit 2004 entwickelt das Tudock-Team E-Commerce-Projekte für namhafte Kunden wie die Lichtberater von Prediger, Schmidt-Spiele, La Biosthétique und viele andere. Tudock berät vorausschauend und realisiert den Online-Erfolg großer und mittelständischer Unternehmen. Als Magento-Experte ist die E-Commerce Agentur Ausrichter des Magento-Stammtischs in Hamburg. Neben Magento kommen beim 25-köpfigen Tudock-Team auch viele anderen Technologien für erfolgreiche Vertriebsplattformen zum Einsatz. Eine weitere besondere Expertise von Tudock liegt in der Implementierung und Optimierung von Onsite-Search-Technologien als Umsatz-Treiber in Online-Shops, von der unter anderem Marken wie Expert, Manufactum und dm drogerie markt profitieren.

Referenzen

GALERIA
KAUFHOF

K&L
RUPPERT

prediger 
Lichtberater


Roche


dm

expert 

LA BIOSTHETIQUE®
PARIS

 Adobe

MANUFACTUM.