

Case Study

Eine Suche für 500.000 Produkte:
Tudock erhöht die Trefferquote im
Sonepar-Shop

Eine Suche für 500.000 Produkte: Tudock erhöht die Trefferquote im Sonepar-Shop

Von A wie Akkuschauber bis Z wie Zentralstück für Antennensteckdose: Das Sortiment von Sonepar Österreich ist nicht nur umfassend, sondern auch extrem vielfältig. In dem österreichischen Online-Shop können die B2B-Kunden zwischen über 500.000 Produkten wählen. Damit sie dabei nicht komplett die Orientierung verlieren, bedarf es einer sehr guten Suche. Als weltweiter Marktführer visiert Sonepar sogar "die beste Suche der Elektrobranche" an. Der erste Schritt in diese Richtung ist gemacht: Tudock hat die bestehende Suchlösung verbessert und neue Entwicklungen geplant.



Der Kunde Sonepar Österreich GmbH

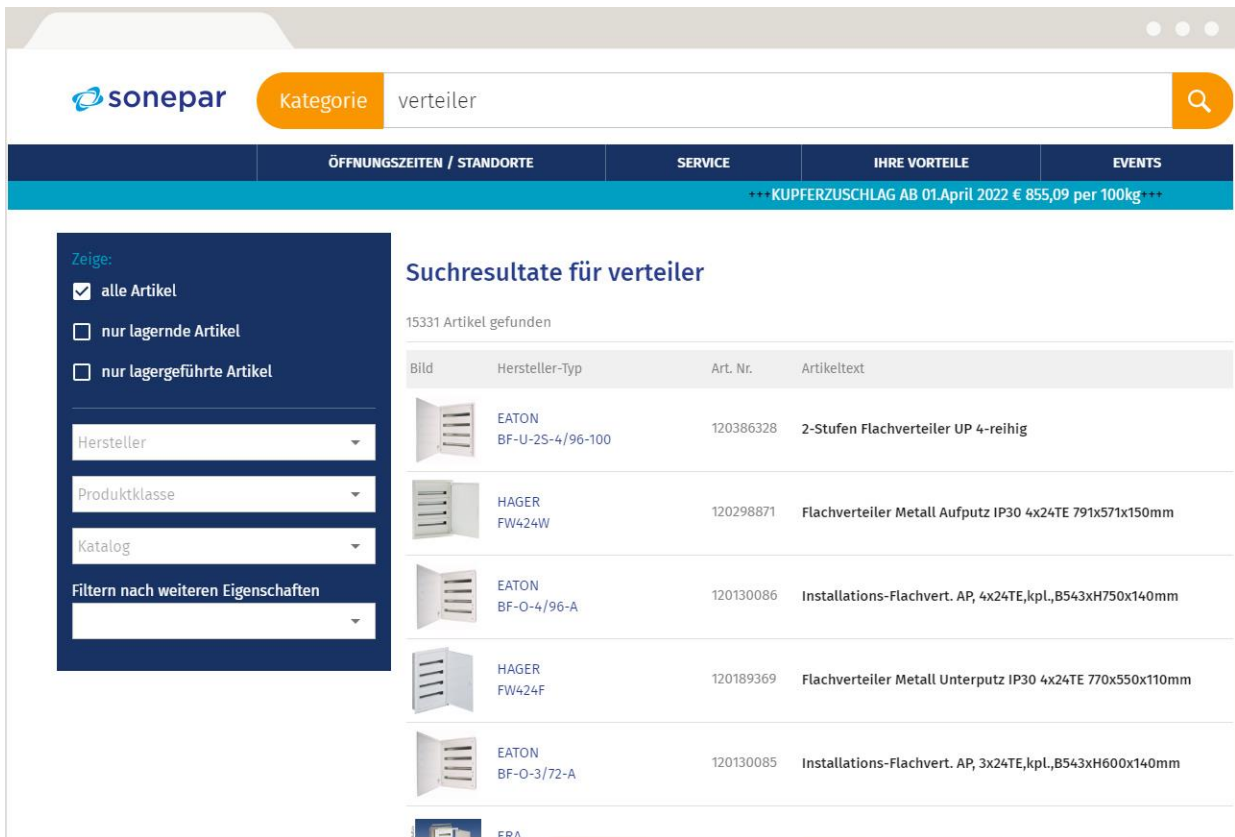
- Zählt zur Sonepar-Gruppe mit Firmensitz in Paris
- Familiengeführter Elektrogroßhandel im B2B-Bereich
- Gegründet 1969 von Henri Coisne
- Weltweiter Marktführer mit über 2.800 Niederlassungen in 40 Ländern
- 450 Mitarbeiter an 15 österreichischen Standorten

Über Sonepar Österreich

In Frankreich gegründet, expandierte Sonepar in den 80er Jahren unter anderem nach Belgien, Italien und Deutschland. Schon damals knackte das Familienunternehmen die Marke von einer Milliarde US-Dollar Umsatz. Über die Jahrzehnte wuchs der Elektrohändler und eröffnete weitere Niederlassungen in den USA, Südamerika, Asien und Australien.

2020, inzwischen weltweiter B2B-Marktführer für Elektroartikel, vermeldete Sonepar einen Jahresumsatz von 23 Milliarden Euro. Rund 30 Prozent davon generierte der digitale Vertrieb, der Teil des Omnichannel-Ansatzes ist und weiterwachsen soll.

Wie die gesamte Gruppe befindet sich auch Sonepar Österreich stets im Wandel – getreu dem Unternehmensgrundsatz: "Was zählt, ist das, was überdauert. Und um zu überdauern, müssen wir uns anpassen." Zusammen mit Tudock sollte daher der bestehende Onlineshop hinsichtlich der Suche optimiert werden.



Suchfunktion über Elasticsearch auf shop.sonepar.at

Die Ausgangssituation

Anfang 2020 startete Sonepar Österreich den Relaunch des Online-Shops. Durch die veranlassten Umstellungen habe sich die Suche nach dem Eindruck der eigenen Mitarbeiter und Kunden aber verschlechtert. Dem Anspruch, die beste Suche der Branche bieten zu können, wurde das neue Setup nicht gerecht.

Sonepar setzt auf die Open-Source-Suchlösung Elasticsearch. Entscheidend hierfür war, der Anspruch, das Produkt Suche flexibel nach den eigenen Anforderungen gestalten zu können und sich nicht in eine Abhängigkeit eines Service-Providers zu begeben.

Zwar arbeitet Sonepar Österreich bereits mit einer Schweizer Shop-Agentur zusammen, diese ist jedoch primär für die Wartung und Weiterentwicklung des Shops zuständig. Da sowohl beim Elektro-Giganten selbst als auch bei der betreuenden Agentur das nötige Search-Knowhow fehlte, holte sich Sonepar Österreich mit Tudock Expertise und weitere Ressourcen ins Boot.



Die Herausforderung

Der subjektive Eindruck bei den Mitarbeitern und Kunden, die Suche habe sich verschlechtert, ist das Ergebnis verschiedener Ursachen, die es zunächst herauszufinden galt. Tudock konnte leider nicht auf vollständig aufbereitete Produktdaten zurückgreifen. Durch die vielen Artikel und verschiedenen Lieferanten, die auch sehr unterschiedliche Datenqualitäten liefern, mussten hier Wege gefunden werden um das Beste aus den über 2.200 Kategorien herauszuholen.

Zudem funktioniert die Suche für B2B-Zielgruppen anders als für Endkunden: Fachkräfte durchsuchen das teilweise sehr spezielle Sortiment häufig mithilfe von Artikel- und Herstellernummern oder Fachbegriffen, die Laien nicht geläufig sind. Von Warmschrumpf-Verbindungs muffen dürften die wenigsten Menschen außerhalb der Elektrobranche gehört haben. Und Las Palmas würden die meisten eher in Spanien verorten als in Form eines Ventilators unter einer Wohnzimmerdecke in Linz.



Diese besonderen Anforderungen versucht Sonepar Österreich gemeinsam mit den beiden Agenturen zu adressieren. Neben eigenständigen Anpassungen an Elasticsearch plante der Elektrogroßhändler, mit Econda und Searchhub zwei neue Produkte einzuführen, um die Suche zu optimieren. Das Analytics-Tool Econda bietet bessere Einblicke in die Suche und deckt mögliche Potenziale auf. Searchhub clustert Suchbegriffe, um trotz Eingabefehlern o.ä. bessere Suchergebnisse anzuzeigen. Um das Optimum aus dieser Toolbox herauszuholen, bedurfte es jedoch einiger Anpassungen.

Die Lösung

Zu Beginn verschaffte sich Tudock einen Überblick über das aktuelle Setup, die Elasticsearch-Einstellungen und alle verwendeten sowie geplanten Systeme. Aber nicht nur das Was, sondern auch das Wie ist entscheidend. Das gilt auch für die Suchlösung selbst: Elasticsearch ist out-of-the-box betrachtet keine reine E-Commerce-Suche und muss entsprechend angepasst werden. Die vorhandenen Analytics-Daten verschafften zudem Einblicke in Suchvolumen und Nutzerverhalten.

Neben der fachlichen Beratung unterstützte Tudock den Kunden Sonepar Österreich auch in der technischen Umsetzung der Optimierungsmaßnahmen. So übernahmen die Experten von Tudock die Konfiguration und Weiterentwicklung von Elasticsearch. Die Live-Deployments der von Tudock durchgeführten Anpassungen übernahm dann die betreuende Shop-Agentur.

Nach einigen schnell umgesetzten Verbesserungen bedurfte es eines iterativen Testing-Prozesses, um die richtigen Einstellungen in Elasticsearch zu identifizieren. Ausführliches Testing ist auch deshalb wichtig, weil Änderungen an Index und Query schnell auch zu Verschlechterungen bei bislang gut performenden Suchergebnissen führen kann. Zug um Zug mussten deswegen die unterschiedlichen Problemcluster für die optimale Suchergebnisqualität erarbeitet werden.



"Wir wussten, dass Elasticsearch als Lösung mehr bieten kann. Uns fehlte nur die Expertise, unser Setup so gewinnbringend zu konfigurieren. Schon die ersten Gespräche mit den Experten von Tudock vermitteln uns ein sicheres Gefühl bei diesem Projekt.", so Christoph Wurzer, E-Commerce Manager bei Sonepar Österreich.

Den Ist-Analysen vor und zwischen den Iterationen diente neben den Analytics-Daten aus Econda ein Bewertungstool, das der Kunde Sonepar Österreich bereits eigens entwickelt hatte. Es gleicht dabei „Ist“- und „Erwartungs“-Wert gegeneinander ab, prüft, ob die aktuelle Suche relevante Ergebnisse findet, und zeigt die erzielte Trefferquote an.

Tudock veränderte die Query um das Ranking der Produkte auf Suchergebnisseiten zu optimieren. Die neue Reihenfolge orientiert sich nun stärker an Sonepars Business-Zielen. So berücksichtigt Elasticsearch nach der Umstellung beispielsweise den Verkaufserfolg eines Produkts beim Ergebnis-Ranking. Zusätzlich führte Tudock das Elasticsearch Plugin Querqy ein. Dabei handelt es sich um ein Rewriting-Tool, das die Synonymverarbeitung verbessert und Sonepar ermöglicht, Suchergebnisse gezielt durch eine Vielzahl von Regeln zu optimieren. So lassen sich beispielsweise Synonyme definieren und Kunden, die nach „LED-Lampe“ suchen, finden nicht nur Glühbirnen, sondern auch Spots oder Rohrleuchten. Suchtreffer können mit Hilfe von Querqy zudem gezielt umsortiert oder gefiltert werden.

Weil Daten im Bereich Suche essentiell sind, um Potenziale aufzudecken und Themen zu priorisieren, nahm Tudock gemeinsam mit der Shop-Agentur Anpassungen am Tracking vor und setzte ein KPI-Monitoring auf. So werden Fortschritte messbar und problematische Suchergebnisse schneller identifiziert.

Das Ergebnis

Auch wenn noch viele weitere Schritte anstehen, ist Sonepar mit der Entwicklung seiner Suche sehr zufrieden. Diese hat sich dank der Maßnahmen von Tudock aber nicht nur subjektiv, sondern auch objektiv verbessert. So finden Kunden beispielsweise Produkte jetzt leichter über die Hersteller- oder Artikelnummer, da die Suche die unterschiedlichen Schreibweisen der Nutzer besser interpretiert. Das eigens entwickelte Bewertungstool dokumentiert eine Verbesserung der Trefferquote der Shop-Suche um mehr als 40 Prozent.

+18%
Conversion Rate Suche

Gerade im B2B-Bereich ist stöbern und sich inspirieren lassen im Online-Shop kein gängiges Verhalten. Viele Kunden nutzen die Suche, da sie schon genau wissen, welches Produkt sie benötigen. Die Entwicklung des Gesamtumsatzes ist daher eng an die des Umsatzes, der über die Suche generiert wird, gekoppelt. Sowohl den Umsatz über die Suche als auch den Gesamtumsatz konnte Sonepar seit dem Start des Projekts mehr als verdreifachen. Die Conversion Rate der Suche stieg in demselben Zeitraum um 18 Prozent. Und auch die Nutzung der Suche zeigt einen klaren Aufwärtstrend.



Der Kunde ist zufrieden. " Unseren eigenen Anspruch bei Sonepar, dem Ruf als Marktführer gerecht zu werden, verfolgen wir in allen Bereichen. Mit der Weiterentwicklung unserer Produktsuche sind wir daher sehr zufrieden. Die KPIs sprechen für sich. Weitere Optimierungen sind dank Tudock schon geplant und stimmen uns positiv, unseren täglichen Suche-Betrieb auf ein neues Level hieven zu können.", lobt Christoph Wurzer, E-Commerce Manager bei Sonepar Österreich.

Der Ausblick

Dank des regelmäßigen, gemeinsamen Austauschs fand ein Wissenstransfer statt, der die Grundkompetenz zum Thema Suche bei Sonepar Österreich steigerte. Tudock unterstützt aber auch weiterhin das Team von Sonepar, zumal diese erste Entwicklungsphase weitere Potenziale offenbarte: Zu den nächsten Schritten zählt der Aufbau bzw. die Erweiterung der Synonymdatenbank, die aufgrund der teils sehr spezifischen Suchanfragen von Seiten der Fachkräfte nötig ist. Außerdem steht die Anbindung des Search Management User Interfaces (SMUI) bevor, einer Benutzeroberfläche zur Verwaltung der Query Regeln die auch das Deployment zu Query abbildet. Und auch der Kunden kommt durch die geplanten, zukünftigen Optimierungsmaßnahmen am Frontend in den Genuss einer besseren Usability.

Trotz der Distanz hat die internationale DACH-Zusammenarbeit zwischen Sonepar, der Schweizer Shop-Agentur und Tudock dank virtueller Meetingkultur hervorragend funktioniert und bildet eine gute Basis für die weitere Zusammenarbeit.

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.