



Casestudy

Radwelt Coesfeld

Vom stationären Ladengeschäft
zum E-Commerce Spezialisten
der Fahrradbranche.



ad_{||}agents

Radwelt Coesfeld

Offline-Stärken online nutzen: Vom stationären Ladengeschäft zum E-Commerce Spezialisten der Fahrradbranche. Das Erfolgsjahr 2017 der Radwelt Coesfeld.

Wie ein abgestimmtes Multi-Channel Marketing der ad agents GmbH zu unerwarteten Umsatzsteigerungen bei dem renommierten Familienunternehmen Radwelt geführt hat

Radwelt:

- Familienunternehmen seit 1965
- Ladengeschäft im Münsterland mit über 1550 qm
- Fahrräder und Zubehör für Freizeit + Sport
- Onlineshop seit 2010
- hohes Qualitätsbewusstsein

Key Facts:

- Multi-Channel Online Strategie
- Umsatzsteigerungen über allen Erwartungen
- Search Advertising und Google Shopping
- Affiliate, Facebook und Remarketing
- KUR stabil bei ca. 10%
- Koordination aus einer Hand

Unternehmen

Das traditionsreiche Familienunternehmen Radwelt vertreibt seit 1965 Fahrräder und Zubehör in Coesfeld im Münsterland. Die Produktpalette umfasst heute Fahrräder aller Preissegmente für Freizeit und Sport sowie ergänzende Produkte und Helme. Im stationären Ladengeschäft hält die Radwelt auch ein großes Bekleidungsassortiment vor. Der Onlinekauf von Fahrrädern ist bis heute keine Selbstverständlichkeit. Die Kunden wollen im Vorfeld gut informiert sein und hoher Verpackungs- und Retourenaufwand schrecken viele Fahrradinteressenten vom Onlinekauf ab. Nur 15% der Fahrräder werden in Deutschland online gekauft (2016, Quelle: statista). Umso bemerkenswerter ist, dass die Radwelt den Onlineabsatz im letzten Jahr rasant steigern konnte und der Onlinechannel mittlerweile eine wichtige Säule für den Gesamtumsatz geworden ist. Darüber hinaus fördern die Onlinemaßnahmen auch den stationären Verkauf im wichtigen Markt Münsterland.



Zielsetzung

Mehr Umsatz. Kontinuierliches und gesundes Wachstum für das Familienunternehmen ist das Kernziel der Onlinemaßnahmen. Ein Plus an Umsatz wirkt sich auch günstig auf die Einkaufspreise bei den Herstellern aus, was die Wettbewerbsfähigkeit zusätzlich stärkt. Der bereits seit 2010 bestehende Onlineshop wurde folglich sukzessive ausgebaut. Radwelt favorisierte einen schrittweise integrierten Multi-Channel Ansatz und betraute die Full-Service Agentur ad agents mit allen Maßnahmen. Die Umsatzsteigerung sollte unter Berücksichtigung einer gleichbleibenden KUR (Kosten-Umsatz-Relation) von maximal 10% erfolgen.

Lösung

Im ersten Schritt wurde das Searchadvertising optimiert. Hierzu wurde der Account überarbeitet und eine granulare Kampagnenstruktur geschaffen welche eine gezielte Aussteuerung ermöglicht hat. Die saisonalen Schwankungen der Nachfrage wurden durch angepasste Budgets und Gebote abgebildet, was die Einhaltung der KUR ermöglichte.

Eine wichtige Rolle in der Multi-Channel Umsetzung spielte Google Shopping als Werbekanal.

Der Suchmaschinen Gigant Google hat diesem Kanal eine zunehmende Präsenz beim kaufinteressiertem Publikum eingeräumt und dadurch bessere Umsatzpotentiale geschaffen. Die ad agents haben dieser Entwicklung durch spezielle Produktdatenoptimierung und Budgetsteuerung Rechnung getragen und konnten den Google Shopping Kanal extrem erfolgreich ausbauen.

Um den Multi-Channel Ansatz voranzutreiben und vor allem die immense Reichweite zu nutzen, wurde in 2016 das Affiliate Marketing neu eingeführt. Hier galt es insbesondere Schnäppchenjäger zu bedienen und die Rabattnachfrage zu befriedigen. Seit 2017 sind zwei weitere Kanäle Bestandteil der Onlinestrategie, Facebook Marketing und Remarketing. Über den Social Media Kanal wurden die Zielgruppen besonders granular und zielgerichtet angesprochen, was sich sehr positiv auf die Ergebnisse ausgewirkt hat. Durch die Remarketing Maß-



„Der Erfolg der Werbemaßnahmen hat unsere Erwartungen bei weitem übertroffen. Um Lieferengpässe zu vermeiden mussten wir ad agents bitten, die Werbemaßnahmen vorübergehend zu reduzieren.“

nahmen wurden rad-affine und kaufinteressierte Nutzer, die bereits den Onlineshop besucht hatten, erneut kontaktiert. Zielgruppen wie Warenkorbabrecher oder Altkäufer wurden mit speziell budgetierten Kampagnen beworben.

Ergebnis

Die Nachfragesteigerung durch die abgestimmte Multi-Channel Strategie übertraf insbesondere im Sommer 2017 alle Erwartungen. Die Werbemaßnahmen mussten vorübergehend reduziert werden, um Lieferengpässen vorzubeugen.

Der Google Shopping Kanal konnte nach anfänglichen Clickrate-Steigerungen von über 400% in 2017 weiter zulegen. Der CPC (Cost-per-Click) wurde um

5% gesenkt und trotzdem ein Zuwachs von 40% an Umsatz erreicht. Der Affiliate Kanal wurde 2016 fest im Partnernetzwerk etabliert und im folgenden Jahr konnte die KUR dieser Maßnahmen nahezu halbiert werden. Auch die in 2017 neu aufgenommenen Kanäle Facebook Marketing und Remarketing starteten über alle Maßen erfolgreich.

Facebook konnte bereits nach kurzer Zeit maßgeblich zum Onlineumsatz beitragen und bietet einen wichtigen Touchpoint innerhalb der Customer Journey. Die gezielte Steuerung des Remarketings führte zu überdurchschnittlichen Umsatzsteigerungen in den saisonal bedingt schwachen Randmonaten, was für eine gleichmäßigere Verteilung der Nachfrage sehr hilfreich war.



Als Erfolgsfaktor beschreibt Megan Pöschel, Online Marketing Managerin der Radwelt, insbesondere die schrittweise Erweiterung der Kanäle sowie die Koordinierung aller Maßnahmen aus einer Hand: „Der Erfolg der konzertierten Steuerung aller Multi-Channel Maßnahmen hat uns selbst überrascht und bestärkt uns, diesen Weg weiterzugehen und

auszubauen.“ In 2018 wird das Online Marketing ausgeweitet werden, der Verkauf über Amazon wird neu hinzukommen. Und wie Megan Pöschel mit einem Augenzwinkern betont: „Dieses Mal sind wir auf die Nachfragesteigerungen vorbereitet und stocken das Personal rechtzeitig auf, damit wir die Werbemaßnahmen nicht in der Saison reduzieren müssen.“



Der kompetente Partner an Ihrer Seite:

ad agents

Seit 2006 steuern die ad agents komplexe Onlinemarketing Kampagnen und führen die Suchmaschinenwerbung anspruchsvoller Kunden zum Erfolg. Über 100 Experten planen und koordinieren Online-Maßnahmen nach Vorgabe individueller Kundenziele regional oder weltweit, über sämtliche digitale Kanäle und Devices. Wir beraten und betreuen Sie bei Launches, Umstrukturierungen, bei Expansionsbestrebungen und bei der Strategieentwicklung.

Dank unseren internationalen Erfahrungen, dem vielsprachigen Editorial-Team und unserem kompetenten Netzwerk sind wir auch für große und internationale Projekte bestens aufgestellt.

- 12 Jahre erfolgreiches Onlinemarketing
- Internationale Projekte
- Über 100 Mitarbeiter
- Namhafte Kunden aller Branchen
- Zertifizierte, ausgezeichnete Topagentur

Unsere Leistungen:

- Amazon SEO
- Amazon Advertising (AMS)
- SEO Suchmaschinenoptimierung
- SEA Suchmaschinenwerbung
- Affiliate Marketing
- Social Media Advertising
- Data Driven Display
- Feed Advertising
- Analytics

Kontakt

ad agents GmbH
Am Joachimsberg 10-12
71083 Herrenberg

Tel.: +49 (0) 7032 89585-00
Fax: +49 (0) 7032 89585-69
E-Mail: info@ad-agents.com