

FALLSTUDIE

Markenaufbau mit Online-Marketing

Um eine neue Unterwäschemarke zu lancieren, müssen viele Hürden überwunden werden. Besonders wenn der Vertrieb nur online stattfinden soll. Dank Integration von Suchmaschinen- und klassischem Marketing konnte GiaDee die Besucher- und Umsatzzahlen vervielfachen und ein Bundesliga-Team als ersten Grosskunden gewinnen.

VON JÜRIG GOTSCH, Eidg. Dipl. Marketingleiter, Worldsites GmbH

■ Aktuelle Studien zeigen, dass je nach Branche über 90 Prozent aller Kaufentscheide im Internet gefällt werden. Wer also im Internet nicht gefunden wird, der verpasst den Grossteil seiner potenziellen Kunden.

Einzigartige Herrenunterwäsche – Vermarktung über Online-Shop

Das musste auch der Herrenunterwäscherhersteller GiaDee erfahren. Das Team konzipierte mit einer eigenen innovativen Materialkombination Herrenunterwäsche für den sportlichen Alltag (temperaturnausgleichend, geruchsfrei, perfekter Feuchtigkeitstransport) mit körperbetontem italienischem Design. Für den entsprechenden Online-Shop entwickelte eine Agentur Schriftzug und visuelle Positionierung und programmierte den Shop.

Umsätze bleiben aus

Als die Besucher im Shop ausblieben, war die Enttäuschung bei GiaDee gross. Visuell machte ihre Agentur einen guten Job, aber leider fehlte die Erfahrung im Shop-Marketing. So machte sich der Unterwäscherhersteller auf die Suche nach einem kompetenten Partner dafür. Im Internet stiessen die Verantwortlichen auf die umfassenden und integrierten Dienstleistungen der Worldsites GmbH. Bei einer ersten Kurzanalyse entdeckten die Worldsites-Profis die grössten Mängel des Online-Shops:

- Benutzerführung entsprach nicht dem Nutzerverhalten.
 - Zielgruppe und Differenzierung gegenüber Mitbewerbern waren nicht geklärt.
 - Shop zog zu wenig Besucher an.
- Nun machten sich die Worldsites-Experten daran, den Shop in drei Schritten zu optimieren.



Vertrieb im Online-Shop. Usability-Optimierung durch Worldsites als Basis für steigende Umsätze.



Benutzerfreundlichkeit steigern

In einem ersten Schritt wurde der Shop mit möglichst wenig Aufwand umgebaut. Design und Technologie wurden behalten. Navigation, Produkteklärungen, Shop-Einstieg und Kaufprozess wurden im Rahmen der Möglichkeiten des Shop-Systems angepasst und ans Nutzerverhalten adaptiert.

Suchverhalten analysieren und Besucher anziehen

In einem zweiten Schritt machte Worldsites eine umfassende Analyse des Suchverhaltens im Bereich Herrenunterwäsche. «Anhand dieser Analyse starteten wir eine breit angelegte AdWords-Kampagne», erklärt Worldsites-Medieningenieur Jürg Gotsch das bewährte Vorgehen. So fanden die Worldsites-Spezialisten unter anderem heraus,

- dass mehr als 80 Prozent des grossen Suchvolumens für Herrenunterwäsche spezifisch marken- oder funktionsbezogen (z.B. Thermounterwäsche) sind, und
- dass GiaDee zu allgemein positioniert war. Anhand der Resultate dieser Kampagne optimierten Gotsch und sein Team die AdWords-Kampagne, bis der ideale ROI erreicht war.

Neukunden über organische Suchresultate gewinnen

In einem dritten Schritt optimierten die Spezialisten der Worldsites den Online-Shop für die umsatzrelevantesten Suchbegriffe. So ist der Shop heute für rund 30 Keywords und Keyword-Kombinationen in den Top-Positionen bei den organischen Suchresultaten

von Google. «Für den Begriff ‚Herrenunterwäsche‘ ist der Online-Shop sogar auf Platz zwei – vor allen grossen Marken», freut sich Medieningenieur Gotsch.

Umsatz schnellte in die Höhe

Die Top-Positionen bei Google zeigten rasch Wirkung. Die Besucher- und Bestellzahlen des Shops schnellten in die Höhe und der Umsatz vervielfachte sich. Doch Gotsch weiss, dass weitere massive Umsatzsteigerungen mit den bisherigen Massnahmen nicht mehr möglich sind. «Nun müssen wir GiaDee als Marke aufbauen, um die 80 Prozent spezifisch suchenden, potenziellen Käufer besser zu erreichen und als Kunden zu gewinnen.»

Marke aufbauen

Ein erster Schritt zum Aufbau der Marke ist bereits gemacht. Mit dem Bundesliga-Team Borussia Mönchengladbach konnte ein erster bekannter Grosskunde gewonnen werden. Da der Vertrieb weiterhin nur online stattfinden soll, sind folgende weitere Massnahmen geplant:

- Die Marke GiaDee mittels Facebook und Presse aufbauen.
- Über weitere Online-Vertriebskanäle wie Amazon neue Kunden anziehen.
- Zielgruppen noch klarer definieren und Fangruppen für spezifische Anwendungen aufbauen.

Gotsch: «Die entsprechende Strategie steht kurz vor der Umsetzung.» ■

■ Weitere Informationen



worldsites

Worldsites GmbH
T +41 (0)41 799 80 00
info@worldsites-schweiz.ch
www.worldsites-schweiz.ch

GiaDee
underwear

GiaDee Herrenunterwäsche
T +41 79 406 64 49
info@giadee.ch, www.giadee.ch