

Case Study aus der Baumarktbranche

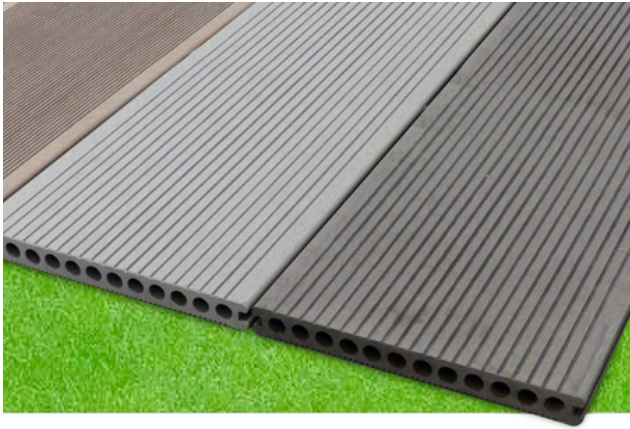
Über 700% Umsatzsteigerung*

Datenbasierte Conversion- und Usability- Optimierung durch präzise Anpassungen in Design und Funktionalität des Online-Shops.

„David Odenthal steigert die Conversion Rate und präsentiert Möglichkeiten der Conversion Optimierung. Das gefällt nicht nur unseren Kunden!“

Kevin Morwinski, Online Marketing
Preisbrecher 24 GmbH

*Gemessen am Umsatz aus dem Produktsortiment
WPC im Zeitraum April 2014 und Mai 2014



Steigern des Umsatzes durch gezielte Conversion und Usability Optimierung.

WPC Terrassendielen: Herausforderung in einem Produktsortiment

Leadgenerierung durch Conversion Optimierung

Die Der Preisbrecher GmbH mit Sitz in Schmallenberg (Sauerland) ist ein Unternehmen, das im deutschen Online-Markt Bodenbeläge und Fußböden für den Innen- und Außenbereich verkauft. Im Rahmen einer Umstrukturierung des Unternehmens und eines im gleichen Zuge geplanten Relaunchs des entsprechenden Shoppingsystems wurde ein ganzer Katalog von Maßnahmen in die Wege geleitet, um den angestrebten Turnaround möglichst schnell und effizient erreichen zu können.

Primärziel der Aktion war es, den Abverkauf bestimmter Online-Produktsegmente (WPC) gezielt zu verbessern und den entsprechenden Umsatz messbar zu steigern.

Ausgangssituation

Der Preisbrecher GmbH zielt dabei ausschließlich auf die Käufergruppe der 'It. Sinus-Milieu ,interessierten Rabattsparener' und der ,besonders preisbewussten Käuferschichten' ab. Die verwendete Domain www.wpc-preisbrecher.de wurde eingesetzt, um ein genau auf die Zielgruppe ausgelegtes Produktsortiment anzubieten, da WPC (Wood-Plastic-Composite) Baumarkt-Trendthema ist und auch besonders kostengünstig ist.

Problemstellung

Der Umsatz ist grundsätzlich stark abhängig vom saisonalen Verlauf, da WPC sehr stark im Außenbereich, also in Gärten und Terrassen, zum Einsatz kommt. Dennoch blieben die Abverkäufe auch in ansonsten umsatzstarken Monaten (Frühjahr, Herbst) weit hinter den Erwartungen zurück. Durch gute Vorarbeit im Online-Marketing beziehungsweise in der Suchmaschinenoptimierung konnten bereits im Vorfeld recht gute Zugriffszahlen generiert und erste Verkäufe erzielt werden. Dennoch wurde noch starkes Potential bei der Conversion-Optimierung diagnostiziert; die Absprungraten waren extrem hoch.

Lösung

In einem ersten Schritt wurde das SaaS-Tool overheat.de eingesetzt, um die User-Journey, das Klickverhalten und vor allem die Absprung bzw. die Abbruchstellen zu studieren und zu identifizieren. Anhand der erstellten Heatmaps wurde sehr schnell deutlich, dass die Vielzahl der User zwar auf der Zielseite Informationen abriefen, aber an der dafür vorgesehenen Stelle nur äußerst wenige Konversionen stattfanden. Auf Basis dieser Erkenntnisse wurden wichtige Elemente auf der Webseite ,interaktiv' gestaltet und prägnanter ausgearbeitet. Die Leadbuttons wurden entsprechend der Informationen aus der Heatmap neu und besser platziert, um die Usability signifikant zu verbessern. Durch die Veränderungen, die durch overheat.de sichtbar wurden, konnten die Interaktionen und vor allem die Conversion-Rate auf der Webseite entscheidend positiv beeinflusst werden.

Erfolg

Der gezielte Einsatz von overheat.de, die punktgenaue Auswertung der gewonnenen Daten und die anschließende konsequente Anpassung des Online-Shops hat sich fast unmittelbar ausgezahlt: Innerhalb nur eines einzigen Monats (April 2014 - Mai 2014) konnte der Umsatz von wpc-preisbrecher.de um über 700% (siebenhundert Prozent) gesteigert werden.

DER PREISBRECHER

Preisbrecher 24 GmbH

Bergstraße 21 • 57392 Schmallenberg

www.wpc-preisbrecher.de // www.der-preisbrecher.de