



ERFOLGSGESCHICHTE



CLASSEN®

VOM WHITE LABEL ANBIETER ZUR STARKEN MARKE – DIE DIGITALE TRANSFORMATION DER CLASSEN GRUPPE

Unternehmensbeschreibung

Die CLASSEN Gruppe ist ein traditionsreicher Hersteller von Bodenbelägen, der mit Ceramin einen revolutionären, PVC-freien Werkstoff entwickelt hat. Seit 2015/2016 produziert das Unternehmen diesen patentierten, vollständig recyclingfähigen Designboden auf Industrieniveau. Als langjähriger White Label Anbieter stand CLASSEN vor der Herausforderung, den einzigartigen Werkstoff Ceramin als eigenständige Marke zu etablieren und die Bekanntheit deutlich zu steigern. Mit einer zunächst sehr kleinen Marketingabteilung von nur zwei Personen startete das Unternehmen seine digitale Transformation.

Herausforderung

Trotz eines technologisch überlegenen Produkts kämpfte CLASSEN mit mangelnder Markenbekanntheit. Der innovative Ceramin-Werkstoff war außerhalb des bestehenden Kundenstamms praktisch unbekannt. Die jahrzehntelange Fokussierung auf White Label Geschäfte hatte dazu geführt, dass keine eigene Markenpräsenz aufgebaut wurde. Gleichzeitig fehlten interne Ressourcen und Expertise im digitalen Marketing – die neu gegründete Marketingabteilung verfügte weder über ausreichend Personal noch über die notwendige Erfahrung in den Bereichen SEO, Content Marketing und digitaler Markenführung. Die Vision, Ceramin auch für andere Anwendungen jenseits von Fußböden zu positionieren, erforderte einen kompletten strategischen Neuansatz.



Aufgabenstellung

CLASSEN suchte einen ganzheitlichen Partner, der sowohl strategische als auch operative Unterstützung bieten konnte. Ziel war es, eine Strategie zu entwickeln, SEO und Conversion-Optimierung vereint und dabei die Bereiche PR und Content Marketing berücksichtigt, die von einem anderen Dienstleister federführend übernommen wurden. Dabei sollte nicht nur kurzfristig die Sichtbarkeit erhöht, sondern auch langfristig interne Kompetenzen aufgebaut werden. Durch eine persönliche Empfehlung kam der Kontakt zu konversion.digital zustande. Die Aufgabe bestand darin, die Transformation vom reinen B2B-White-Label-Anbieter zu einer eigenständigen Marke zu begleiten und gleichzeitig die Zusammenarbeit zwischen Marketing und Vertrieb zu optimieren.

Vorgehensweise

konversion.digital hat mit einer umfassenden Bestandsaufnahme schnell die notwendigen, ersten Schritte entwickelt und zugleich eine langfristige Strategie für unterschiedliche Zielgruppen auf den Weg gebracht. Dabei standen sowohl inhaltliche Schwerpunkte, als auch verhaltensökonomische und technische Aspekte im Fokus. Parallel dazu wurde die interne Marketingabteilung durch Wissenstransfer und gemeinsame Projekte geschult. Ein besonderer Fokus lag auf der Entwicklung von B2B-Landingpages und Vertriebskonzepten, wie beispielsweise für die Produktserie Pro Nature.

Ergebnis

Die Zusammenarbeit führte zu einer deutlichen Professionalisierung des gesamten Marketings. Die Marketingabteilung wuchs auf ein schlagkräftiges Team an, das die erlernten Methoden eigenständig weiterentwickeln konnte. Besonders erfolgreich war die verbesserte Zusammenarbeit zwischen Marketing und Vertrieb – durch professionelle Konzepte und erfolgreiche Kampagnen wie bei Pro Nature stieg das Vertrauen des Vertriebs in die Marketingmaßnahmen erheblich. Dies führte zu konkreten Geschäftserfolgen, wie der Erschließung neuer Verkaufsstellen. Die Transformation vom White Label Anbieter zur eigenständigen Marke wurde erfolgreich eingeleitet, wobei Ceramin nun als einzigartiger, nachhaltiger Wirkstoff am Markt positioniert ist.