CASE STUDY

USERWERK

Leistungsstarkes One-Click-Upselling

Frankonia steigert mit intelligentem Checkout Marketing seinen E-Commerce Erfolg

Kunde: Frankonia Handels GmbH & Co. KG
Branche: Jagd- und Sportwaffen, hochwertiges Modesegment
Mitarbeiter: 650

Omnichannel-Vertrieb: 24 stationäre Geschäfte in Deutschland, Versandhauskatalog, Online-Shop (www.frankonia.de)

FRANKONIA

12. April 2021
Version 1.3

Ausgangslage

Das 1908 gegründete Traditionsunternehmen Frankonia ist der führende Jagdausrüster in Europa. Frankonia vertreibt Jagd- und Sportwaffen einschließlich Zubehör sowie Funk- tionskleidung und hochwertige modische Bekleidung über 24 stationäre Geschäfte in Deutschland sowie im Versandhandel (Katalog und E-Commerce). Der Online-Shop des fränkischen Unternehmens mit Sitz in Rottendorf ist digita- ler Treffpunkt für Jäger, Sportschützen, Naturfreunde sowie Outdoor-Modeinteressierte und verzeichnet 1,3 Millionen Besuche im Monat.* Damit zählt Frankonia zu den führenden Spezialanbietern und erfolgreichsten Online-Shoppingange- boten in diesem Segment im Internet.

* Quelle: similarweb, Januar 2021

Weitere Case Studies, Success Stories sowie Pressemitteilungen finden Sie unter:
www.userwerk.com/de/news

oder **scannen Sie den nebenstehenden QR-Code.**

Aufgabe & Zielsetzung

Um den Frankonia Kunden ein hochwertigeres digitales Mar- kenerlebnis zu bieten und die Performance des E-Commerce- Kanals maßgeblich zu erhöhen, wurde die in den Online-Shop integrierte bestehende Checkout-Lösung seitens Frankonia auf den Prüfstand gestellt.

Zentrale Anforderung an einen künftigen Service war die Optimierung der Nutzermonetarisierung, konkret vor allem die Steigerung der Verweildauer, die Conversion-Optimierung im Checkout-Prozess sowie die Steigerung der Wieder- kehrrate und des Customer-Lifetime-Value. Daneben sollten eine höhere Transparenz und Sicherheit in der Abrechnung mit dem Dienstleister sowie deutlich flexiblere Gestaltungs-, Anpassungs- und Aussteuerungsmöglichkeiten von Inhalten (Angeboten) – so z. B. auch die Einbindung von Saisonartikeln – sichergestellt sein. Last but not least sollte das Lösungskonzept bereits Ansätze für eine weiterreichende datenbasierte Perso- nalisierung der Vorteilsangebote auf der Grundlage sozio- demografischer Kriterien sowie des Kaufverhaltens beinhalten.

Umsetzung

Zur Implementierung einer neuen, intelligenten Checkout-Marketing-Plattform entschied sich Frankonia für userwerk als Partner. Die Digital Experience Engineers des E-Commerce- und PoP-Marketing-Spezialisten legten bei der Entwicklung und Umsetzung ihrer kundenindividuellen Lösung für Frankonia den Schwerpunkt auf drei zielsetzungsrelevante Wirkungshebel:

Corporate Design

Für eine zielgruppenorientiertere Ansprache und ein besse- res Markenerlebnis wurde der Checkout-Layer konsequent im Look & Feel des Frankonia Online-Shops gestaltet.

Zielgruppenrelevante Brands

Zur gezielteren und erfolgreichen Kundenaktivierung wurde die Auswahl an „Dankeschön"-Angeboten deut- lich passge- nauer auf das grundsätzliche Produktan- gebot von Frankonia und den Bedarf seiner Zielgruppe angepasst (z.B. hochwer- tige Hundefutter-Proben und Test-Abonnements führender Jagdzeitschriften). Zudem wurde das Sortiment auf maximal zwölf (anstatt bisher mehr als 100) Angebote fokussiert.

Key-Performance-Hub

Für maximale Transparenz wurde ein detailliertes Dashboard mit zentralen KPIs in Echtzeit implemen- tiert, das eine ganz- heitliche Abbildung des Sales Fun- nels sicherstellt und eine jederzeit situativ optimierbare Steuerung des Kundendialogs ermöglicht.

Resultat

Die von userwerk für Frankonia entwickelte Lösung überzeugt auf ganzer Linie:

Die Erwartung einer signifikant höheren Nutzermonetarisierung wurde mit einer Verdoppelung des kalkulatorischen TKP deutlich übertroffen.

Die zielgruppenorientiertere Ausrichtung der Vorteilsangebote und die Reduzierung des „Dankeschön"-Sortiments führten zu einer deutlich höheren Kundenakzeptanz und -aktivierung (Verdoppelung der Kundenzahl, die diese bestellen).

Die speziell von userwerk für Frankonia akquirierten und einge- bundenen Produkte wie z.B. Spezialzeitschriften oder Hunde- futter profitierten ebenfalls in besonderem Maße vom zielgrup- penorientierten Umfeld. So konnte der Hundefutter-Hersteller Josera seine Wandlungsquoten um bis zu 150 Prozent steigern.

Gleichzeitig ließ sich mit den getroffenen Maßnahmen die Anzahl der Kundenbeschwerden aufgrund unpassender und damit störender Einbindung im Checkout-Prozess bzw. von Problemen bei der Abwicklung der Checkout-Bestellungen (Lieferengpässe, unverlangt zugesendete Werbung etc.) inner- halb kurzer Zeit bereits halbieren.

→ +100 % beim kalkulatorischen TKP (bezogen auf den Traffic)

→ +150 % bei den Wandlungsquoten der Produktgeber

→ +100 % bei der Anzahl der Frankonia Kunden, die ein Checkout-Angebot in Anspruch nehmen

→ -50 % bei Kundenbeschwerden

USERWERK

Fazit

Frankonia konnte mit der Checkout-Marketing-Lösung von userwerk den Umsatz in seinem E-Commerce-Kanal bereits im ersten Schritt nachhaltig steigern. Weitere geplante Maßnahmen wie die Messung und konsequente Steigerung der Kundenwiederkehrrate, ein kontinuierliches A/B-Testing der personalisierten Aussteuerung und die laufende datenbasierte Optimierung des Produktportfolios werden zusätzliche Effizienz und Umsatzpotenziale schaffen.

„Die Checkout-Marketing-Lösung von userwerk hat unsere Erwartungen deutlich übertroffen. Mit ihr können wir nicht nur ein leistungsstarkes One-Click-Upselling direkt in der Kaufphase betreiben, sondern sie zeigt auch, welche vielseitige Hebelwirkung ein intelligentes PoP-Marketing entwickeln kann. Kein E-Commerce-Unternehmen sollte dieses große Potenzial ungenutzt lassen.“

Johannes Hack
Online-Marketing Manager | Frankonia