





Weitere Informationen

Makropus GmbH & Co. KG
Ferdinand-Porsche-Straße 4
73479 Ellwangen
Telefon +49 79 61 5 79 48 - 50
Telefax +49 79 61 5 79 48 - 99
info@outdoorartikel24.de
www.outdoorartikel24.de

U3 marketing unlimited
Hanne Gutmann
Poststraße 9
64293 Darmstadt
Telefon +49 61 51 82 58 0
Telefax +49 61 51 82 58 11
h.gutmann@u3marketing.com
www.u3marketing.com

humanIT Software GmbH
Brühler Straße 9
53119 Bonn
Telefon +49 2 28 9 09 54 - 0
Telefax +49 2 28 9 09 54 - 11
info@humanIT.de
www.infozoom.com



Ertragsoptimierung durch flexible Multichannel-Analysen

Im Überblick

Outdoorartikel24.de

Multichannel-Analysen für Online-Shop

Bedarf

Schnelle und flexible

Datenauswertungen über mehrere

Verkaufskanäle

Lösung und Nutzen

InfoZoom ergänzt Standardreports aus dem ERP-System BüroWare um flexible Analysen. Für die vier Verkaufskanäle des Shop-Betreibers liegen nun jederzeit aktuelle und valide Verkaufs- und Rohertragsanalysen, Retouren-, Warenkorb- und Saisonanalysen vor. Der Anbieter reagiert damit zeitnah auf Marktanforderungen und erschließt zuvor unbekannte Umsatzpotenziale.



Im eCommerce ist die intelligente Massendatenverarbeitung erfolgsentscheidend. Beim Online-Shop Outdoorartikel24 unterstützt InfoZoom sekundenschnelle und hochflexible Multi-Channel-Analysen von Verkaufs- und Stammdaten. Die Auswertungen brachten sofort sichtbare Erfolge durch Bereinigung der Datenqualität und konkrete Ansatzpunkte für die Channel- und Sortimentsoptimierung. Mit messbarer Kostensenkung und Ertragssteigerung war der ROI zur Einführung von InfoZoom schon nach sechs Wochen erreicht.



Der Online-Shop outdoorartikel24.de ist 2007 mit dem Verkauf von Zelten und Campingausrüstung an den Start gegangen und hat sich seitdem zum umfangreichen Portal mit über 12 000 Artikeln aus der »Outdoorwelt« entwickelt. Die Betreiberfirma Makropus GmbH & Co. KG vermarktet das Sortiment zusätzlich über die Distributionskanäle eBay, Amazon und Rakuten.

Outdoorartikel ist erfolgreich und wächst nachhaltig. Da die 12 000 Artikel über vier verschiedene Plattformen verkauft werden und auch das Transaktionsaufkommen von mehr als 350 Bestellungen pro Tag weiter steigt, waren die Standardberichte aus dem ERP-System nicht mehr ausreichend, um Umsätze, Erträge und Deckungsbeiträge im Überblick zu behalten und mit Detailanalysen gezielte Optimierungspotenziale aufzudecken. Auch manuelle Auswertungen und die Weiterentwicklung des Reportings durch externe Dienstleister brachten nur kurzfristige Erfolge und waren zu zeit- und kostenintensiv.

Makropus GmbH/Outdoorartikel24

Makropus GmbH & Co. KG mit Sitz in Ellwangen betreibt den Onlineshop Outdoorartikel24.de und nutzt drei weitere große Verkaufsplattformen als Vertriebskanäle. Der Shop bietet ein umfangreiches Sortiment mit rund 12 000 Artikeln aus verschiedensten Bereichen der Outdoorwelt und versendet mehr als 350 Bestellungen pro Tag. Die Gründer haben sich ehrgeizige Ziele gesetzt und denken nachhaltig: Outdoorartikel24 soll auf der Basis fairer Geschäftsbeziehungen langfristig wachsen und sich als Marktführer in Deutschland etablieren.



Makropus hat seine operative Systemlandschaft daher durch die Analysesoftware InfoZoom ergänzt.

Zur Steuerung des operativen Geschäfts setzt Makropus das ERP-System BüroWare in Kombination mit der Web-Software emMida ein. InfoZoom setzt über eine Standardschnittstelle direkt auf BüroWare auf und erweitert nun die Bordmittel des ERP-Systems um flexible Ad-hoc-Analysen. Florian Bader, Geschäftsführer von Makropus und Gründer von Outdoorartikel24, erhielt bereits bei der ersten Sichtung seiner Datenbasis am Tag der Software-Installation überraschende Ergebnisse:

»Schon beim ersten Blick auf unsere Retouren-Daten fiel mir die Häufung von Gutschriften für einen Bekleidungsartikel in einer bestimmten Passform auf – ein Herstellerproblem, auf das wir sofort reagiert haben.«

In acht Manntagen zum Produktiveinsatz

Nach diesem erfolgreichen Start wurde die Anwendung innerhalb weniger Wochen an den Analysebedarf von Outdoorartikel24 angepasst und Templates für wiederkehrende Reports entwickelt. Die genaue Schnittstellendefinition bzw. Verknüpfung der verschiedenen Datenbanktabellen im ERP-System übernahm der IT-Dienstleister TIWISO Business Software GmbH. Durch das strukturierte Einführungskonzept der InfoZoom

»Die Analyse großer Datenmengen ist faszinierend schnell und einfach«

Herstellerfirma humanIT und die gute Zusammenarbeit aller Beteiligten waren dabei für die Implementierung insgesamt nur acht Manntage nötig. Besonders hilfreich bei der Implementierung war, dass die Qualität der verwendeten ERP-Daten unmittelbar nach dem Einlesen mit InfoZoom geprüft werden konnten. Probleme bei Artikelstammdaten und Kundendaten wurden direkt sichtbar und konnten damit einfach und gezielt behoben werden. Die definierten Analysen liefern so dauerhaft valide Ergebnisse auf einer sauberen Datenbasis.

Durch die einfache Bedienung von InfoZoom können die Datenauswertung und Gestaltung der Reports direkt bei der Geschäftsführung bzw. in Fachabteilungen angesiedelt werden, die nach eigenem Bedarf Analysen fahren. Für Florian Bader war eine zweistündige Anwenderschulung ausreichend, um die vielfältigen Möglichkeiten von InfoZoom zu nutzen:

»Der InfoZoom-Slogan „Klick. Überblick“ passt. Die Analyse großer Datenmengen ist faszinierend schnell und einfach.«

Direkter Erfolg durch gezielte Maßnahmen

Heute werden die ERP-Daten täglich und automatisiert in InfoZoom übertragen.

Während individuelle Analysen zuvor aufwändig programmiert werden mussten, wertet InfoZoom jetzt die 30 000 Belege mit jeweils 60 Feldern, die pro Jahr in BüroWare anfallen, innerhalb weniger Sekunden aus. Derzeit gibt es Auswertungen zu Warenkörben, Zahlungskonditionen, Umsatz- bzw. Ertragszahlen einzelner Verkaufschannels, Deckungsbeiträge, Größen- und Farbauswertungen, Paketgewichtsanalysen und Retourenquoten. Gleichzeitig wurde die Datenqualität von Stammdaten und Bewegungsdaten verbessert. Als weitere Ausbaustufen stehen u.a. kombinierte Analysen von kaufmännischen Daten aus BüroWare mit Marketing-Daten aus Google Analytics und die nochmaliige Verfeinerung der Rohertragsrechnungen auf der Agenda.

Neben dem »Zufallsergebnis« zur Retourenquote eines Artikels im Rahmen der Implementierung haben gezielte Analysen inzwischen weitere Ergebnisse erbracht, die direkt zur Kosten- und Etragsoptimierung beitragen konnten:

► **Channel-/Retourenanalyse:** Ein Top-Seller Produkt erreichte eine Retourenquote von über 80 % auf einer externen Plattform und erzeugte dadurch einen beachtlich hohen negativen Rohertrag. Da eine Verringerung der Retourenquote über diese



Plattform nur bedingt möglich ist, wurde der Verkauf für dieses Produkt gestoppt.

► **Regionalanalysen:** Die PLZ-Analysen zeigen regionale Affinitäten für bestimmte Produktgruppen. Dementsprechend werden Kampagnen und Marketingbudgets für diese Regionen aufgestockt bzw. für andere Regionen verringert, was zu höherem Umsatz und Ertrag bei gleichbleibenden, aber gezielt eingesetzten Marketingkosten führt.

► **Warenkorbanalysen:** Die Auswertung von Warenkörben in verschiedenen Produktbereichen brachte schnell die Erkenntnis, dass trotz Vollsortiments-Ansatz viele Produkte gleicher Warengruppe nicht zusammen gekauft wurden. So war z.B. festzustellen, dass für den Bereich Familienzelte keine zusätzliche Campingausrüstung, Schlafsäcke oder Luftbetten erworben wurden. InfoZoom lieferte die Ansatzpunkte für einen optimierten Cross-Selling Maßnahmenplan. Durch attraktive Paketangebote sollen zukünftig die Warenwerte deutlich gesteigert werden.

► **Zielgruppenanalysen:** Durch Analysen der historischen Verkaufsdaten bestimmter Warengruppen werden Zielgruppen präzisiert. Die Auswertung der Frage »Wer kauft welche Art von Zelt« beispielsweise optimiert mit verbessertem Markenverständnis die Effektivität gezielter Marketing- und Vertriebskampagnen.

► **Datenqualitätsanalysen:** Neben der kontinuierlichen Qualitätssicherung von

Stamm- und Bewegungsdaten wird InfoZoom für spezifische Qualitäts- und Plausibilitätsprüfungen eingesetzt. Die Prüfung der Suchfilter, mit der Kunden auf Outdoorartikel24 im Sortiment recherchieren, ergab beispielsweise Inkonsistenzen und Doppelungen der definierten Kategorien, die inzwischen bereinigt sind. Das vereinfacht zum einen die internen Verarbeitungsprozesse und steigert zum anderen die Kundenzufriedenheit durch einfache Suchen und hohe Trefferquoten.



»Mit InfoZoom konnten wir innerhalb von sechs Wochen defizitäre Produkte mit enorm hohen Retourenquoten optimieren, ersetzen oder selektiv auf einigen Channels deaktivieren. Durch diese kleinen Optimierungsmaßnahmen erreichen wir einen zusätzlichen Rohertrag von 25 000 € im Jahr.«

Florian Bader,
Geschäftsführer der Makropus
GmbH & Co. KG und Gründer von
Outdoorartikel24

Ausgezeichnetes Projekt

Die schnellen und handfesten Erfolge überzeugten auch die hochkarätige Jury aus eCommerce-Experten, die das Projekt 2014 mit folgenden Begründungen mit dem »Best in eCommerce Award« auszeichnete:

»Bei Outdoorartikel24 hat mich besonders beindruckt, wie granular eShop-Erkenntnisse durchgemessen und zugleich Cross-Selling/Up-Selling-Potenziale aufgezeigt werden. Das ist Big Data 2.0, denn Erkenntnisse sammeln sind das eine, jedoch die sofortige Handlungskompetenz der Nutzen. Massenerkenntnisse führen so zu neuen Umsätzen. Toll gemacht!«
(Andy Altmeier, A EINS)

»Absolut notwendiges Projekt für die Internet Ablaufverbesserung und eindeutige Performance-Verbesserung deutlich sichtbar.«
(Sascha Berens, EHI Retail Institute)

