



BERNER Group

#B2B

#tools #chemicals



Mit der Multi-Channel-Konfiguration von FactFinder haben wir ein Feature, das für uns wirklich Gold wert ist.

Katja Sallie

eCommerce Product Owner

Shop-Optimierung für 15 Länder gleichzeitig

Die Berner Group ist zentraler B2B-Handelspartner für alle Materialien des Bau-, Mobilitäts- und Industriesektors und betreibt mehr als 20 Online-Shops in unterschiedlichen Sprachen. Entscheidend dabei ist einerseits, dass Einkäufer blitzschnell die richtigen Produkte beschaffen können. Und andererseits, dass sich gruppenweite Vorgaben automatisch auf die Online-Shops aller Länder ausrollen lassen. Diese und weitere Herausforderungen hat die Berner Group gelöst – durch den Wechsel von einer Open-Source-Suche auf FactFinder. Die AI-basierte Lösung beschleunigt den Einkaufsprozess und schafft Synergien bei der internationalen Shop-Steuerung.



„Die Suche ist für uns ein Aushängeschild“

Der B2B-eCommerce wird zunehmend digital. Bis 2020 soll sein Marktvolumen auf mehr als das doppelte des B2C-eCommerce anwachsen. Und schon längst ist spürbar, dass immer mehr Einkäufer den Online-Kanal nutzen. Für 85% der Shop-Besucher spielt dabei – laut ibi research – die Suchfunktion eine besonders wichtige Rolle. Soweit die Theorie.

Dass es in der Praxis ganz ähnlich aussieht, bestätigt uns Katja Sallie als Business Service Managerin bei der Berner Group: „In unseren Online-Shops starten die allermeisten Sessions mit einer Suche. Und genau hier lag früher unser Hauptproblem. Denn bevor wir mit FactFinder arbeiteten, fanden Shop-Besucher zu oft irrelevante oder gar keine Produkte. Das war nicht nur für unsere Conversion Rate ungünstig, sondern auch fürs Image – als Haupteinstiegspunkt ist die Suche schließlich ein Aushängeschild für uns.“

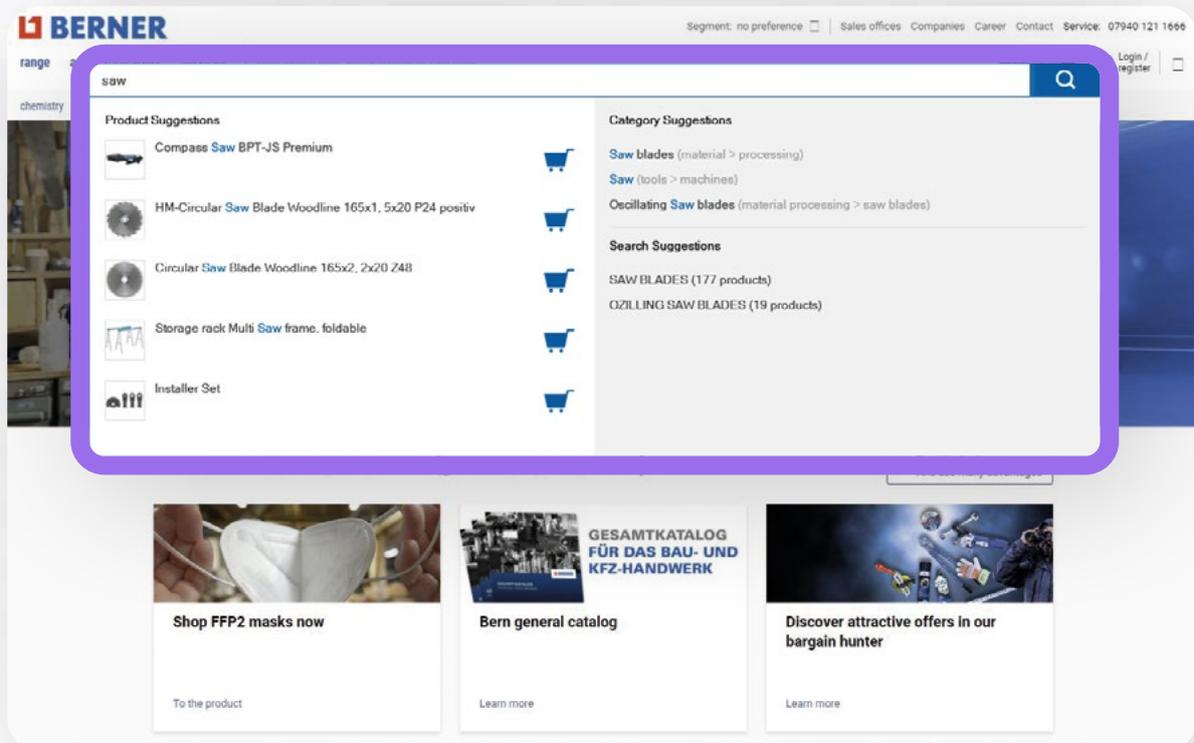
Direkt zum richtigen Produkt – trotz technischer Fachbegriffe

In einem riesigen Sortiment auf Anhieb das richtige Material, Arbeitsgerät oder Zubehör zu beschaffen, kann in so manchem B2B-Shop zur Geduldprobe werden. Nicht zuletzt aufgrund komplizierter Produktbezeichnungen,

die Einkäufer entweder häufig falsch schreiben oder nach denen sie erst gar nicht suchen.

Katja Sallie erklärt, wie das eCommerce-Team der Berner Group diese Herausforderung löst: „Was die Qualität der Suchergebnisse angeht, sind wir seit der Einführung von FactFinder einen großen Schritt weiter gekommen. Unsere Analysen im deutsch- und französischsprachigen Shop zeigen zum Beispiel, dass signifikant weniger Nulltreffer-Seiten auftauchen. Zum einen war das möglich, weil FactFinder durch seine Fehlertoleranz und Lernfähigkeit aus dem Stand viel verbessert und zum anderen, weil wir jetzt viele Tools haben, die Suchergebnisse zu steuern. Um ein und dasselbe Produkt zu finden, nutzen Kunden oft unterschiedliche Suchbegriffe. Damit das richtige Produkt auch dann erscheint, wenn mit einem umgangssprachlichen Begriff nach ihm gesucht wird, legen wir

Synonym-Einträge an. Für uns ist das eine praktische Möglichkeit, die Ergebnisse zu optimieren, ohne etwas an den Produktdaten ändern zu müssen.“



Komfortable Vorschlags-Funktion auf berner.de: Einkäufer können ihren Warenkorb innerhalb von Sekunden füllen und gleich darauf die nächste Anfrage eingeben.

Einkäufer können in kürzerer Zeit mehr bestellen

Wenn es einen Erfolgsfaktor gibt, der im B2B-eCommerce besonders entscheidend ist, dann Geschwindigkeit: Einkäufer erwarten, auf dem schnellsten Weg zu den richtigen Produkten zu gelangen. Nicht nur, weil sie den B2C-Komfort aus dem Privatleben gewohnt sind, sondern auch, weil sie Arbeitszeit sparen wollen. „Die meisten unserer Kunden wissen schon sehr genau, was sie in welcher Stückzahl bestellen werden“, erklärt Katja Sallie. „Diese Kundengruppe unterstützen wir mit FactFinder in verschiedener Hinsicht. Zum Beispiel ermöglicht die Lösung sowohl das Suchen nach Artikel-IDs als auch nach komplexen Begriffen wie ‚Klemmscheibe zink beschichtet‘. Dabei ist vor allem die Suche nach IDs bei unseren Einkäufern beliebt. Zudem haben wir das Suggest-Modul so anpassen lassen, dass bei jedem Produktvorschlag auch eine Warenkorb-Funktion angezeigt wird. Und das erleichtert den Beschaffungsprozess noch einmal enorm.“

Fachfremde Kunden automatisch beraten

„Die Suggest-Funktion ist aber auch für diejenigen Einkäufer wichtig, die sich nicht gut auskennen oder sich vor dem Kauf erst einlesen möchten“, so Katja Sallie weiter. „Hier haben wir mit FactFinder die Möglichkeit, Blogartikel und andere Inhalte im Vorschlagsmenü anzuzeigen. Dadurch werden fachfremde Einkäufer schon zu Beginn ihrer Suche auf relevanten Content und auf aktuelle Kampagnen aufmerksam – sei es zu Themen wie Außenreinigung von Fahrzeugen oder richtiges Schleifen von Beton. Zudem planen wir, die Beraterkampagnen von FactFinder künftig stärker zu nutzen. Besonders bei unseren vielen Matrixprodukten – also Artikeln wie Schrauben, die in mehreren Varianten erhältlich sind – sehe ich viel Potenzial. Denn bei Kunden, die nicht genau wissen, welche Artikelspezifikation die richtige ist, kann ein digitaler Einkaufs-Assistent sicher die Conversion Rate steigern.“



Projektdaten

Branche:

- B2B-Handel für alle Materialien im Bereich Wartung, Reparatur und Produktion im Bau-, Mobilitäts- und Industriesektor.

Ziele:

- Den digitalen Einkaufsprozess in allen Sprachen beschleunigen
- Schnelle Suche in 230.000 Shop-Artikeln ermöglichen
- Einkäufer auf aktuelle Content-Kampagnen aufmerksam machen
- Gruppenweite Vorgaben länderübergreifend ausrollen
- Internationale Shop-Steuerung effizienter gestalten

Nutzen:

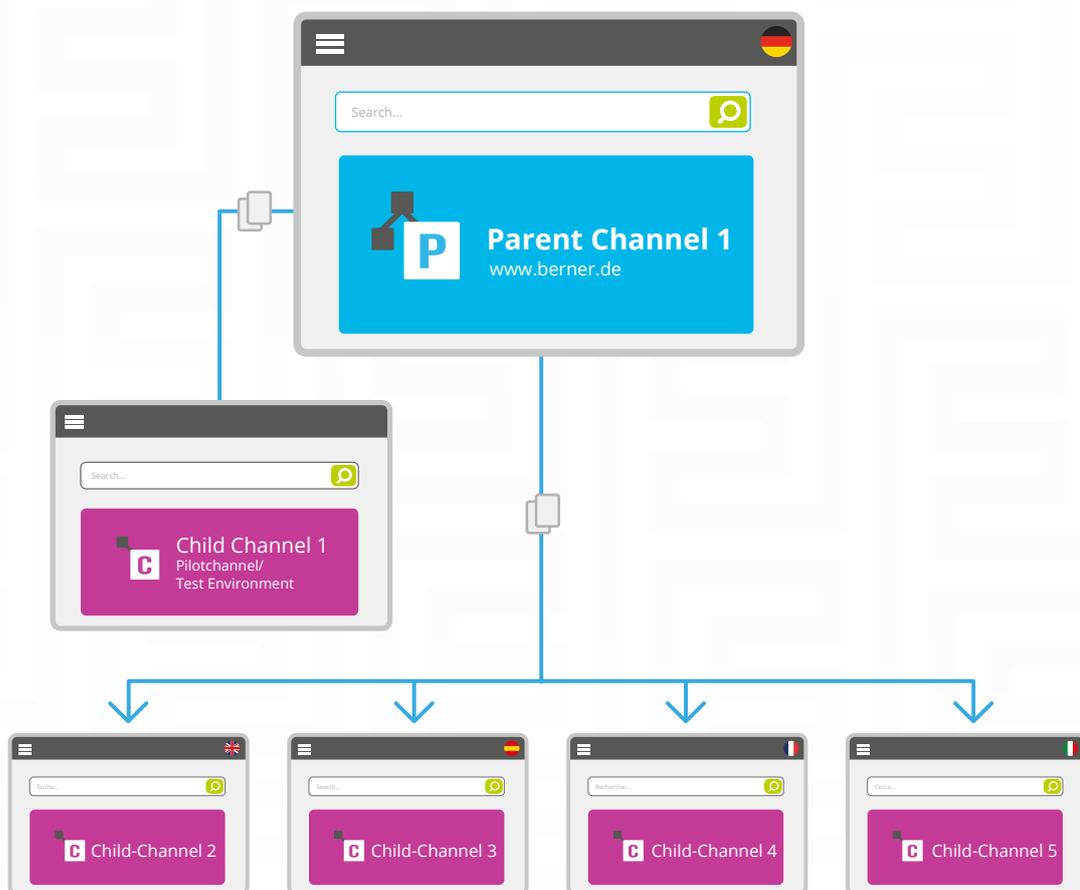
- Zeitersparnis für Einkäufer dank Warenkorb-Funktion im Suggest und ID-Suche
- Signifikant weniger Nulltreffer-Seiten im deutsch- und französischsprachigen Shop
- Automatische Beratung von fachfremden Besuchern durch Content-Verweise im Suggest
- Gleichzeitige Optimierung aller dezentralen Ländershops dank Multi-Channel-Konfiguration
- Ganzheitliches eCommerce-Consulting und direkter Ansprechpartner bei FactFinder

Effiziente Shop-Steuerung bei dezentraler eCommerce-Struktur

Als international agierender B2B-Handelspartner unterhält die Berner Group lokale eCommerce-Teams in verschiedenen Ländergesellschaften. Daher müssen Technologien, die länderübergreifend zum Einsatz kommen, ganz besondere Anforderungen erfüllen – und hier stieß die zuvor eingesetzte Open-Source-Suche an ihre Grenzen. „Es ist für uns enorm wichtig, dass wir gruppenweite Vorgaben von zentraler Stelle ausrollen können. Gleichzeitig müssen aber unsere lokalen eCommerce-Manager in der Lage sein, Feinjustierungen wie Synonyme, Ranking-Anpassungen oder Produkt-Promotions selbst umzusetzen. Mit der Multi-Channel-Konfiguration von FactFinder haben wir ein Feature, das für uns wirklich Gold wert ist. Denn wenn eine bestimmte Optimierung oder Kampagne im deutschsprachigen Shop erfolgreich getestet wurde, können wir diese direkt auf alle Channels ausrollen – ohne jeden unserer 20 Ländershops einzeln umstellen zu müssen. Das ist natürlich eine enorme Erleichterung“, so Katja Sallie.

Consulting hilft, das volle Umsatzpotenzial zu nutzen

Auch in Zukunft haben die Verantwortlichen bei der Berner Group vieles geplant, um die Customer Journey in den internationalen Shops weiter zu verbessern. Unterstützt wird das eCommerce-Team dabei von den Inhouse-Experten bei FactFinder: „Ich bin mit der persönlichen Betreuung sehr zufrieden – sowohl der Austausch als auch die Reaktionszeit sind super“, freut sich Katja Sallie. „Bei FactFinder haben wir für jedes unserer Anliegen einen persönlichen Ansprechpartner. Neben dem Service-Desk, der bei technischen Fragestellungen unterstützt, nutzen wir auch das Beratungs-Programm im Rahmen eines Stundenkontingents. So können wir uns regelmäßig mit Herrn Wagner, unserem Consultant, austauschen – gerade, was Themen wie Produktdaten-Optimierung, Onsite-Marketing und Nutzerführung im Shop angeht.“



Schneller Roll-out von Optimierungen: Die Einstellungen im deutschsprachigen Berner-Shop lassen sich per Klick auf alle anderen Ländershops übertragen. Bei Bedarf können die lokalen eCommerce-Manager dann Feinjustierungen in ihrem Shop vornehmen.

25

Standorte in Europa

8,500

Mitarbeiter

5,500

Mitarbeiter im
Außendienst

50

Gesellschaften

€1 Mrd.

Euro Jahrumsatz

Über FactFinder

FactFinder ist der europäische Marktführer für Product Discovery und Suche im eCommerce. Weltweit unterstützen wir mehr als 2.000 Online-Shops dabei, ihre Umsätze um 20 bis 33 Prozent zu steigern. Darunter Intersport, OBI, Stihl, Bergfreunde und MyTheresa.

Durch die Kombination von menschlicher und künstlicher Intelligenz – wir nennen sie Authentic Intelligence – verstehen wir die Bedürfnisse jedes Online-Shoppers schon ab dem ersten Klick. Intelligentere Algorithmen und menschliche Erfahrung bilden eine Einheit, die immer einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil bieten wird.

Mit FactFinder finden jeden Tag Millionen von B2C- und B2B-Einkäufern genau das, wonach sie suchen – schnell und personalisiert.



Jetzt kontaktieren

+49 7231 125972820

info@fact-finder.com

www.fact-finder.com

Weltweit vertrauen 2.000+ Online-Shops auf FactFinder

