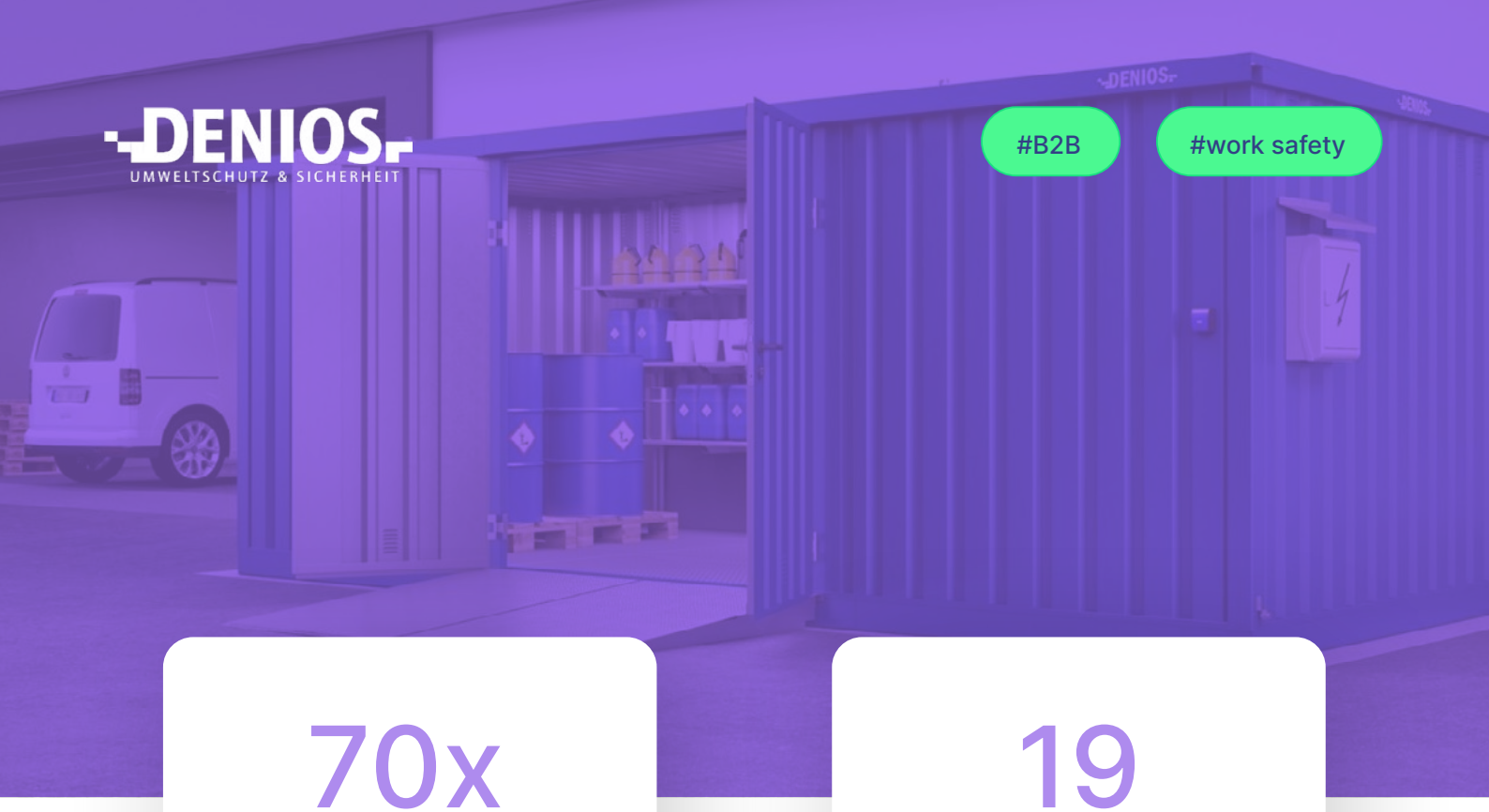


#B2B #work safety

70x

höhere Conversion-Rate der Suggest-Funktion

19

B2B-Shops mit FactFinder

Nachhaltig mehr Conversion im B2B-eCommerce

Als Experte für Arbeitssicherheit und Umweltschutz ist die DENIOS AG aus Bad Oeynhausen auf Bereiche spezialisiert, die verantwortungsvoller nicht sein könnten. Ob mobile Tankanlagen für Gefahrstoffe, Absaugsysteme für Labore oder Schutzausrüstung gegen Chemikalien – die Lösungen von DENIOS kommen auf der ganzen Welt zum Einsatz. Dank seiner erfolgreichen Expansionsstrategie erzielt das Unternehmen inzwischen einen Jahresumsatz von fast 200 Millionen Euro. Ein Großteil davon wird digital generiert – über eine B2B-Plattform, die in 14 Sprachen verfügbar ist. Mit FactFinder erfüllt DENIOS die Ansprüche jedes Online-Kunden: Wer fachfremd ist, wird im Shop gezielt unterstützt. Und wer sich auskennt, kann den Warenkorb bereits auf der Startseite füllen.

Vorsprung im B2B-eCommerce

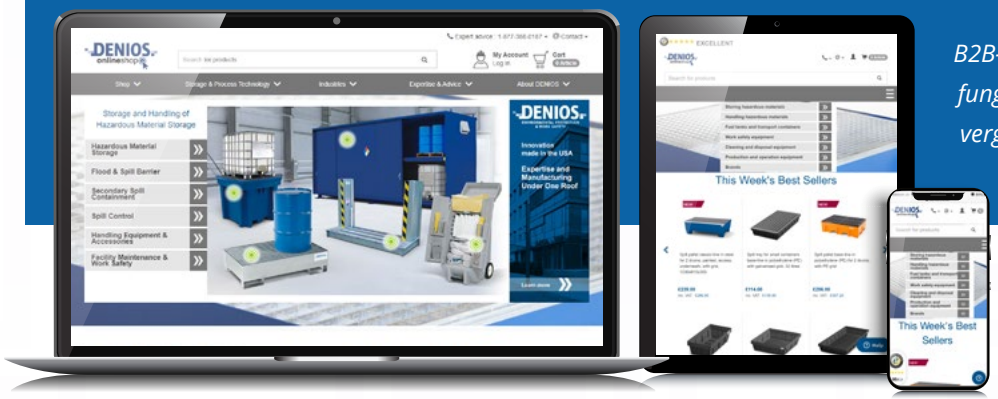
Die Digitalisierung hat den Handel in den letzten Jahren transformiert – und zwar nicht nur im B2C. Auch im B2B verschieben sich die Einkaufprozesse immer mehr in den eCommerce. Grund dafür sind unter anderem die Kunden selbst: 74 Prozent der B2B-Einkäufer bewerten die Be-schaffung über das Internet als bequemer verglichen mit der Beschaffung über andere Kanäle. Das geht aus einer Studie von Forrester Research hervor. DENIOS hat das Potenzial der Digitalisierung erkannt und hat den digitalen Vertriebsweg bereits frühzeitig er-schlossen. Janine Schiltmeier, Content-Managerin bei DE-NIOS, erklärt die Motivation dahinter: „Wir legen großen Wert darauf, jedem Kunden ein positives Erlebnis auf der Customer Journey zu geben. Und da sich das Kauf- und Informationsverhalten verändert hat, setzen wir seit einigen Jahren stark auf digitale Services – ergänzend zu unserem Außendienst und Kataloggeschäft. Nur so können wir unsere Kunden und Interessenten noch bedarfsgerechter mit Informationen versorgen, insbesondere zum Zeitpunkt der Kaufentscheidung."

FactFinder zeigt im richtigen Moment das richtige Ergebnis

„Damit Kunden auf unserer B2B-Plattform finden, was sie suchen, nutzen wir seit acht Jahren FactFinder", berichtet Janine Schiltmeier weiter. „Vorrangig vereinfachen wir mit der Lösung natürlich die Suche nach Produkten – das Thema Content-Suche im Shop ist für uns aber auch wichtig. Als Hersteller und Anbieter von Umweltschutzprodukten führen wir ein erklärungsintensives Sortiment, dementsprechend benötigen einige Kunden Unterstützung bei der Auswahl von geeigneten Produkten. Neben einer kostenlosen Telefonberatung bieten wir solchen Shop-Besuchern auch redaktionelle Ratgeberinhalte. Durch die Indizierung dieser Inhalte in FactFinder stellen wir sicher, dass sie schnell und einfach gefunden werden – zum Beispiel innerhalb des Vorschlagsmenüs oder in den Suchergebnissen, wo Kunden zwischen zwei Tabs – Produkte und Seiten – wechseln können."

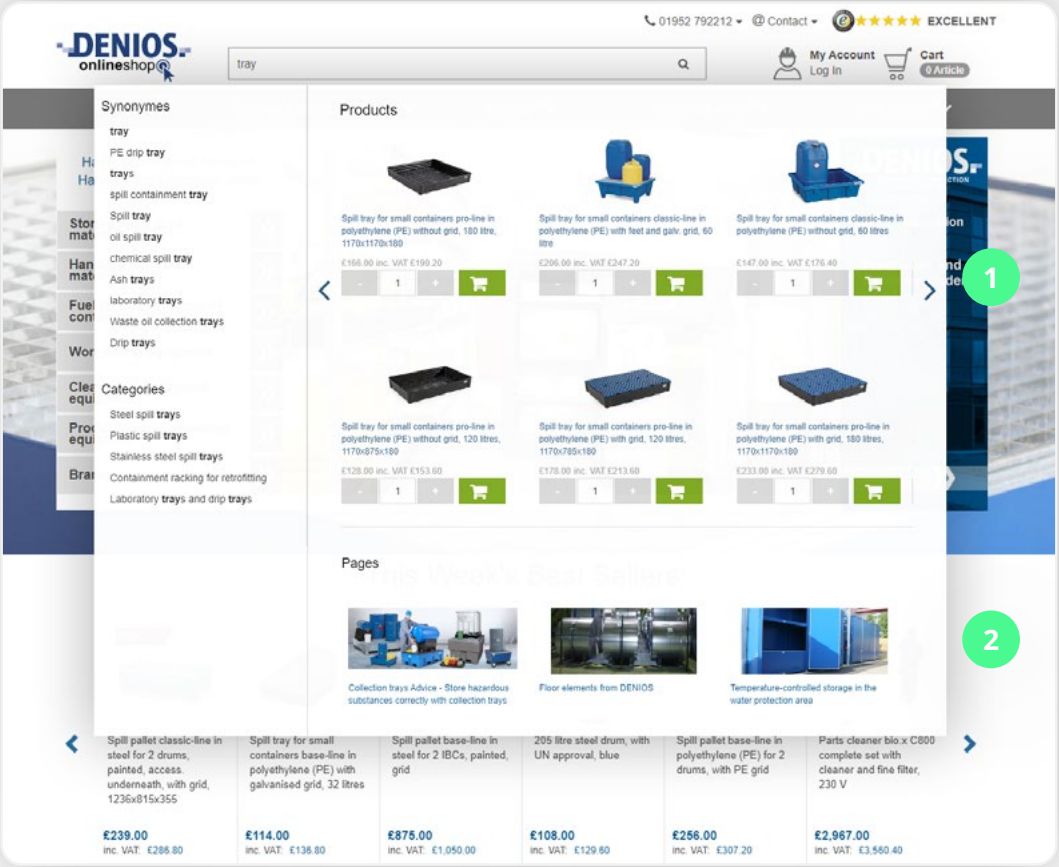
Conversion-Rate der Suche um 150% höher

Zu den Shop-Besuchern von DENIOS zählen zu einem großen Teil wiederkehrende Stammkunden. Viele von ihnen sind Experten auf ihrem Gebiet und wissen genau, welches Produkt sie in welcher Ausführung benötigen. Hilfe bei der Auswahl brauchen sie also nicht – was sie stattdessen brauchen ist die Möglichkeit, ihren Einkauf möglichst einfach und zeitsparend durchzuführen. Eine Anforderung, die das DENIOS-Team überzeugend erfüllt. E-Commerce Manager Dariusz Hopek erklärt:
„Wir haben die Suggest-Funktion von FactFinder um eine Add-to-Basket-Funktion erweitert. Produkte, die in den Suchvorschlägen erscheinen, lassen sich direkt in der gewünschten Menge in den Warenkorb legen. So sparen sich Kunden den Besuch von Ergebnis- und Produktdetailseiten, was den Einkaufsprozess enorm beschleunigt. Darüber hinaus können unsere Kunden mit FactFinder nach Stock Keeping Units suchen und landen dann direkt auf der richtigen Produktseite. Unsere Analysen zeigen, dass diese Funktionen sehr gut angenommen werden. Denn die Conversion-Rate der Suche ist um 150 Prozent höher als die allgemeine Conversion-Rate. Und die Conversion-Rate der Suggest-Suche ist sogar 70-fach höher als die allgemeine Conversion-Rate."



74%

B2B-Einkäufer bewerten die Beschaffung über das Internet als bequemer verglichen mit der Beschaffung über andere Kanäle



1. *Add-to-Basket-Funktion: Professionelle Einkäufer können ihren Warenkorb direkt im Vorschlagsmenü füllen und sparen dadurch Zeit beim Einkauf.*

2. *Weiterleitung zu Content-Seiten: Wer Informationen zur Auswahl und Anwendung von DENIOS-Produkten benötigt, findet schnell die richtigen Ratgeberinhalte.*

Verkaufsförderung im B2B-Shop

Zwar sind B2B-Beschaffungen zumeist bedarfsorientiert und geplant. Jedoch lassen sich durch ansprechendes Onsite-Marketing auch professionelle Einkäufer inspirieren – und mehr Umsätze generieren. Janine Schiltmeier zeigt auf, wie DENIOS den Kampagnen Manager von FactFinder nutzt:

„Ein wichtiger Use Case ist für uns das Newsletter-Marketing. Wenn wir zum Beispiel ein Mailing zum Thema Edelstahl versenden möchten, können wir die zugehörige Landingpage mühelos aufbauen. Denn FactFinder ermöglicht es uns, Edelstahl-Produkte aus ganz unterschiedlichen Kategorien auf einer Seite darzustellen.

Der Kampagnen Manager hilft uns aber auch dabei, das Sucherlebnis im Shop weiter zu verbessern. Zum einen durch Weiterleitungen von Top-Keywords auf vorgefertigte Kategorieseiten. Und zum anderen durch Beraterkampagnen, die Kunden einfache Fragen stellen und basierend auf den Antworten eine Vorauswahl treffen – zum Beispiel für den Suchbegriff ‚Auffangwanne'."

DENIOS
UMWELTSCHUTZ & SICHERHEIT

> *Ein wichtiger Use Case ist für uns das Newsletter-Marketing. Wenn wir zum Beispiel ein Mailing zum Thema Edelstahl versenden möchten, können wir die zugehörige Landingpage mühelos aufbauen.*

Janine Schiltmeier
Content Marketing Manager

Auch im chinesischen Markt auf Wachstumskurs

DENIOS setzt FactFinder weltweit zur Conversion-Optimierung ein – in 19 Online-Shops mit jeweils eigenen eCommerce-Managern. Zum Zeitpunkt der Integration löste FactFinder die Standard-Suche des damals genutzten Shop-Systems ab. Einer der Gründe für diese Entscheidung lag an der ambitionierten Expansionsstrategie von DENIOS. Dariusz Hopek erinnert sich: „Unsere zuvor eingesetzte Suchlösung ließ sich nur sehr schwer optimieren – statt einem Backend hatten wir nur Datenbanktabellen mit Begriffen. Als wir dann vor acht Jahren auf Magento umgestiegen sind und immer mehr Länder hinzu kamen, haben wir uns für die Integration von FactFinder entschieden. Denn unsere lokalen Native Speaker mussten in der Lage sein, die jeweiligen Ländervarianten der Shops selbstständig zu optimieren. Das funktioniert mit dem Rechtesystem im FactFinder Backend sehr gut. Eine große Hilfe bei unserer Expansion ist darüber hinaus die Sprachenunabhängigkeit der Technologie.“

FACT FINDER

Jetzt kontaktieren

+49 7231 125972820
info@fact-finder.com
www.fact-finder.com

Weltweit vertrauen 2.000+ Online-Shops auf FactFinder