



*Was wir definitiv sehen, ist, dass sich die Absprungrate deutlich verbessert hat, besonders auf Suchergebnisseiten.*

**Anja Hochmeier**

*Head of eBusiness, Marketing and Customer Solutions*

# Mit der Next Generation zu mehr Umsatz in 13 Online-Shops

Die PBS Holding Gruppe ist einer der führenden Distributoren und Wiederverkäufer von Papier-, Büro- und Schreibwaren in Europa. Seit mehr als 20 Jahren ist das Unternehmen Kunde von FactFinder. Anja Hochmeier verantwortet die Bereiche eBusiness und Marketing bei der PBS und betont, wie einzigartig eine derart langanhaltende Partnerschaft im schnelllebigen eCommerce ist. Sie lobt „die Innovation, die mit jeder neuen Version des Produkts kommt,“ als Alleinstellungsmerkmal von FactFinder. 2021 migrierte die PBS ihre Online-Shops von FactFinder 6.8 auf die Next Generation – eine Entscheidung, die bereits jetzt positive Ergebnisse hervorbrachte.



## Über die PBS Holding Gruppe

Die PBS ist dezentral aufgestellt, wenn es um den Vertrieb und die Logistik geht. Aber es gibt auch übergeordnete Themen wie IT und E-Business, die zentral entschieden und dezentral umgesetzt werden. Dadurch kann das Unternehmen seine IT, Logistik und Produktdaten „so lokal wie möglich“ und so „zentralisiert wie nötig“ verwalten. Genau das garantiert nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit unter Wahrung größtmöglicher Kundennähe.

Dies ist einer von vielen Wegen, wie die PBS ein ideales Einkaufserlebnis bietet. Und natürlich müssen auch die unterstützenden Technologien dieser Aufgabe gewachsen sein. Anja erklärt: „Die Suche muss genau wissen, ob es die Chefeinkäuferin ist, die auf das gesamte

Sortiment zugreift, oder ob es der Einkäufer X ist, der nur aus zehn und nicht aus 700 Bleistiften auswählt. Dementsprechend unterschiedlich sind natürlich auch die Suchergebnisse. Das so hinzubekommen, dass weder die Chefeinkäuferin noch der „normale“ Einkäufer irgendwo einen Unterschied in der Performance bemerken, ist eine große Herausforderung.“ Gewöhnliche B2C- und B2B-Erfahrungen in inspirierende Einkaufserlebnisse zu verwandeln, ist eine Aufgabe, die PBS bereits seit über zwei Jahrzehnten in die Hände von FactFinder gelegt hat. Mit dem Wechsel auf die Next Generation ist das Unternehmen auf dem richtigen Weg, seinen Kunden auch weiterhin mehr zu bieten.

## Auf einen Blick

**HQ**

in Österreich

**50.000+**

Produkte auf Lager

**8**

Länder

**20+**

Gesellschaften

**1.400**

Mitarbeiter

**€330M**

Umsatz im Jahr 2021

**200.000**

Kunden

## Wissen, was Einkäufer möchten – mit dem Predictive Basket

Die PBS ist sich bewusst, dass der Großteil am Umsatz im B2B über wiederkehrende Kunden generiert wird. Mit Hilfe des Predictive Baskets kann das Unternehmen jetzt Wiederbestellungen einfacher, schneller und bequemer verarbeiten. Wie das geht? Die AI-gestützte Lösung sagt präzise voraus, welche Produkte Einkäufer während ihrer aktuellen Session vermutlich bestellen möchten. Solche Voraussagen werden möglich durch die Analyse vorangegangener Einkäufe, der Einkaufsfrequenz sowie saisonaler Veränderungen. Bevor bestimmte Büroartikel ausgehen, erinnert das neuronale Netzwerk an die Wiederbestellung. Die vorgeschlagenen Produkte können Einkäufer dann direkt in ihren Warenkorb legen. Ohne etwas suchen zu müssen und ohne etwas Wichtiges zu vergessen.

## Digitales Merchandising, einfach gemacht

Content zielgerichtet anzuzeigen ist für die PBS eine Maßnahme, um Kunden anzulocken, Aufmerksamkeit für die Produktkategorien zu erzeugen und Besucher schließlich zu Käufern zu machen. Mit den FactFinder Merchandising-Tools können Anja und ihre Teams mühelos Landingpages bewerben – sei es für Marken, saisonale Events, Aktionsangebote oder Informationsseiten. Die Merchandising-Funktionen ermöglichen es, schnell und flexibel im digitalen Marketing zu sein, besonders wenn es um die Verwaltung von Content geht, der über verschiedene Marken und Länder hinweg geteilt wird. Anstatt für jeden unabhängigen Shop immer von Neuem beginnen zu müssen, schafft FactFinder Synergien. „Das gibt uns die Möglichkeit, uns immer wieder mit neuen Themen zu beschäftigen, anstatt dauernd mit ‚more of the same‘“, betont Anja.

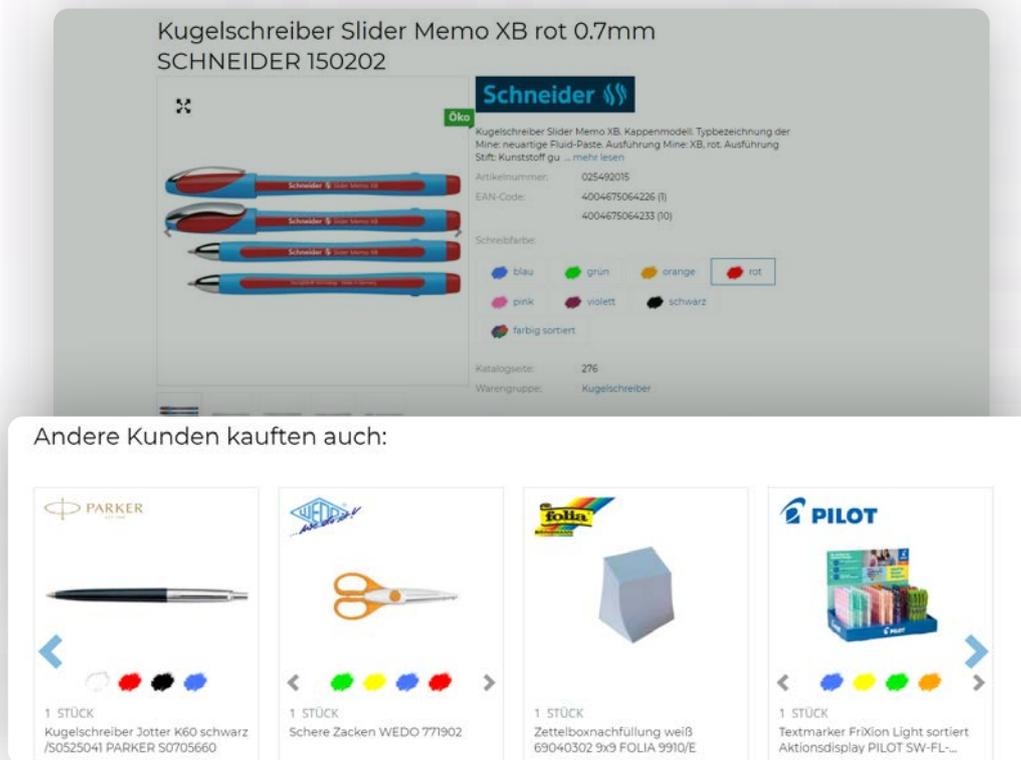


## Selbst-optimierende Produktempfehlungen

Die Next Generation unterstützt Online-Shopper dabei, sowohl die richtigen Produkte als auch relevante Ergänzungen schneller zu finden: Auf jeder Produktdetailseite zeigt FactFinder Recommendations, die zum angesehenen Produkt passen und so den durchschnittlichen Bestellwert steigern – und zwar ohne manuellen Pflegeaufwand. „Zuvor war das komplett anders gelöst“, erklärt Anja. „Ich bin sehr froh, dass wir jetzt eine automatisierte Lösung haben.“ Das PBS-Team braucht also nicht für jedes Produkt im Sortiment entscheiden, welche Empfehlungen jeweils relevant sind. Das erledigt jetzt FactFinder. Durch die Analyse der Klicks, Warenkörbe und kombinierten Verkäufe im Shop erzeugt die AI eine Empfehlungs-Logik, die sie in Echtzeit auf jeden individuellen Einkäufer abstimmt und selbstständig optimiert.

## Machine Learning als Conversion-Hebel

Anja erklärt, dass seit dem Go-Live mit der Next Generation auch die Wisdom-of-the-Crowd – also das Verhalten aller Nutzer im Shop – eine große Rolle bei der Ergebnissortierung spielt. Zum Beispiel, wie oft wurde ein Produkt geklickt? Wie oft zum Warenkorb hinzugefügt? Und wie oft gekauft? All diese Informationen trackt FactFinder automatisch, um die Ergebnisse hinter jeder Suchanfrage zu optimieren. So wandern die beliebtesten Produkte kontinuierlich in der Sortierung nach oben – also dorthin, wo sie von Kunden zuerst gesehen werden. Der Effekt: Die Qualität der Ergebnisse auf Suchergebnis- und Kategorieseiten steigt, und damit steigt gleichzeitig auch die Conversion-Rate.



The image shows a product page for a 'Kugelschreiber Slider Memo XB rot 0.7mm SCHNEIDER 150202'. The product is a blue and red ballpoint pen. Below the product image, there is a 'Schneider' logo and a list of color options: blau, grün, orange, rot (selected), pink, violett, schwarz, and farbig sortiert. The page also displays technical details like 'Artikelnummer: 025492015' and 'EAN-Code: 4004675064226 (1)'. Below the product page, there is a section titled 'Andere Kunden kauften auch:' which displays four recommended products in a grid:

- PARKER:** Kugelschreiber Jotter K60 schwarz / 50525041 PARKER 50705660
- WEDO:** Schere Zacken WEDO 771902
- folia:** Zettelboxnachfüllung weiß 69040302 9x9 FOLIA 9910/E
- PILOT:** Textmarker FriXion Light sortiert Aktionsdisplay PILOT SW-FL...

*Weniger suchen, mehr kaufen: Mit den automatisierten Produktempfehlungen der Next Generation können Online-Shopper ihren Warenkorb mit wenigen Klicks komplettieren.*

## Interaktive Kundenberatung mit Guided Selling

Für Einkäufer in der Branche sind nicht alle Bestellungen so einfach, wie es den Anschein macht. Beispiel Aktenvernichter: Was ist der genaue Anwendungszweck für den Einkäufer? Wie viel Papier auf einmal muss geschreddert werden können? Und in welcher Sicherheitsstufe? Um Online-Shopper bei der Auswahl des richtigen Produkts zu unterstützen, nutzt die PBS Guided-Selling-Kampagnen. Diese führen Einkäufer durch einen Frage-Antwort-Prozess, um die Suchergebnisse vorzufiltern. Im Anschluss erscheint eine übersichtliche Auswahl der passendsten Produkte, was

den Einkaufskomfort deutlich erhöht. Anja nennt noch ein weiteres Beispiel: „Was man vielleicht nicht erwartet, ist, wie komplex der Kauf von Briefumschlägen sein kann – die gibt es ja mit Fenster, mit Selbstklebung und in ganz verschiedenen Formaten. Oft ist der erste Suchreflex, einfach das Wort ‚Briefumschlag‘ einzugeben. Wenn man als Einkäufer dann aber 500 Ergebnisse erhält, sagt man sich: Um Gottes Willen – was brauche ich jetzt? Unsere Kunden sind froh, wenn sie hier geführt werden.“

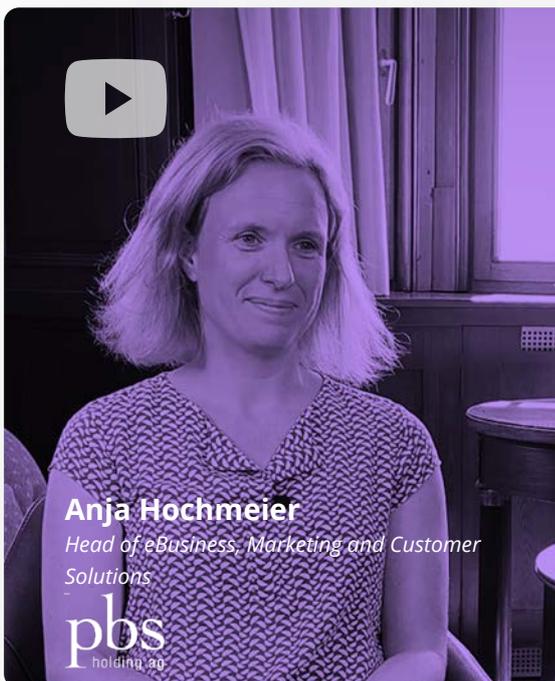
The screenshot shows the B&H Handel website interface. At the top, there's a navigation bar with the logo 'B&H Handel Mehr als nur Büro' and a search bar containing 'kuvert ABC'. Below the navigation, there's a category menu with options like 'Büroerichtung', 'Büromaterial', 'Bürotechnik', etc. The main content area displays 'Suchergebnis zu kuvert ABC' and a red banner with the text: 'Willkommen beim Brief-Kuvert Berater! Finden Sie das passende Produkt indem Sie die passende Antwort-Möglichkeit auswählen. Suchen Sie ein Kuvert mit oder ohne Fenster?'. Below this, two product options are shown in a grid: 'mit Fenster' (ID 004094) and 'ohne Fenster' (ID 430049). At the bottom, a list of products is visible, including 'OKI' brand envelope products with their respective prices and specifications.

Manchmal wissen selbst professionelle B2B-Einkäufer nicht, welche Produktausführung sie brauchen. Guided Selling bietet Online-Shoppern fundierte Beratung – interaktiv und vollständig digital.

## Beste Voraussetzungen für neue Umsatzrekorde

Die Betrachtung der neuen Conversion-Tools stimmt Anja optimistisch: „Das sind alles Dinge, die PBS vorher nicht hatte, aber jetzt nutzt.“ Für die nächsten Wochen und Monate nennt sie klare Prioritäten: Zum einen wird die Next Generation vollständig auf alle Shops des PBS-Universums ausgerollt, von denen zwei Shops bald auch mehrsprachig verfügbar sein werden. Je nach Präferenz sehen Kunden dann entweder deutschen oder englischen Content – und die Suche passt sich entsprechend an. „Das bedeutet natürlich zusätzliche Komplexität für das gesamte System, aber die Tests sind sehr vielversprechend, dass es gut funktionieren wird.“ Zum anderen möchte das eCommerce-Team „noch mehr herausholen aus dem Blumenstrauß an Features, den

FactFinder bietet“. Eines der Module ist dabei besonders vielversprechend, wie Anja resümiert: „Der Predictive Basket steckt bei uns noch in den Kinderschuhen. Den wollen wir jetzt natürlich in die Schule und an die Uni bringen, um sein volles Potenzial zu nutzen. Anders ausgedrückt – haben wir noch genug Themen, die wir mit der Next Generation umsetzen werden? Eindeutig ja.“



// *Wir haben so viele Seiten und Kampagnen, die wir zwischen Marken in einem Land teilen – manchmal sogar über Ländergrenzen hinweg. Dank der Next Generation können wir jetzt einfacher und schneller damit arbeiten. Das ist für uns ein großes Asset, weil die Teams nicht endlos groß sind. Das hilft uns auf jeden Fall.*

## 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](mailto:info@fact-finder.com)

[www.fact-finder.com](http://www.fact-finder.com)

## Weltweit vertrauen 2.000+ Online-Shops auf FactFinder

