

+20%

Search Conversion
Rate

-50%

Bounce Rate

Conversion-Rate steigt, Bounce-Rate sinkt

Mit einem jährlichen Umsatz von 1,8 Milliarden Euro gehören die Globus Fachmärkte zu den bedeutendsten Baumärkten in Europa. Das DIY-Unternehmen vertreibt sein umfassendes Sortiment in mehr als 90 Baumärkten und insgesamt vier Online-Shops. Ob im eCommerce oder im Stationärhandel: Die Strategie des DIY-Riesen fokussiert sich konsequent auf Kundenzufriedenheit. Um diesem Anspruch auch in den Online-Shops – mit monatlich 1,5 Millionen Besuchern – gerecht zu werden, wechselte Globus Baumarkt auf FactFinder. Das Ergebnis seit dem Go-Live in der Cyber Week: 20 Prozent höhere Conversion-Rate verglichen mit der zuvor eingesetzten Suche.

Fehlertoleranz ist nicht gleich Fehlertoleranz

Vom Fachmagazin „Do-it-yourself“ zum neunten Mal in Folge als kundenfreundlichster Baumarkt ausgezeichnet und vom IFH Köln als Nummer 1 in Kundenzufriedenheit und -beratung prämiert. Die Award-Siege von Globus Baumarkt zeigen: Das Unternehmen tut alles dafür, die Wünsche und Anforderungen seiner Kunden zu erfüllen. Dementsprechend wichtig war es dem eCommerce-Team, eine zuverlässigere und intelligentere Onsite-Suche als zuvor einzusetzen – David Büschler, Online Marketing Manager bei Globus Baumarkt, erklärt:

„Monatlich kommen eineinhalb Millionen Besucher auf globus-baumarkt.de, davon nutzt ein Drittel die Suchfunktion. Bevor wir FactFinder hatten, kam es häufig vor, dass Kunden nicht die richtigen oder gar keine Produkte gefunden haben. Die damals eingesetzte Suche war einfach nicht so fehlertolerant wie erhofft. Daher haben wir uns für die Integration von FactFinder entschieden – und sind sehr zufrieden damit. Kunden finden jetzt auch dann das Richtige, wenn sie mehrere Suchbegriffe falsch eingeben. Wir selbst sind überrascht, wie schnell sich der Wechsel auf FactFinder in den Verkaufszahlen widergespiegelt hat, denn seit Go-Live ist unsere suchgenerierte Conversion-Rate um 20 Prozent gestiegen.“

Nach schneller Integration: Go-Live in der Cyber Week

Als Shopsystem kommt bei Globus Baumarkt die neueste Version von Shopware zum Einsatz. Integriert wurde FactFinder daher federführend von webweit, einer der führenden Shopware-Agenturen. Die von webweit

entwickelte Schnittstelle zu FactFinder ermöglichte es, bereits drei Wochen nach Projektstart mit der Suche live zu gehen, die Navigation wurde im Anschluss implementiert. In dieser Zeit wurde alles erledigt – von der System-Installation über den Upload der mehr als 300.000 Produktdaten bis hin zur Qualitätssicherung. Der Go-Live selbst erfolgte in der Cyber Week – David Büschler sagt:



Trotz des erhöhten Traffic-Aufkommens in unserem Shop während der Cyber Week lief der Go-Live von FactFinder reibungslos. Man merkt deutlich, dass FactFinder und webweit ein durch und durch eingespieltes Team sind.



David Büschler
Online Marketing Manager

+50%

Conversion Rate

-20%

Bounce Rate

1.5M

Shop-Besucher
monatlich

Guided Selling auf globus-baumarkt.de: Ein virtueller Berater nimmt Kunden an die Hand und bringt sie zuverlässig zu den richtigen Gartenmöbeln.

Consulting beschleunigt de FactFinder ROI

„Uns war es wichtig, möglichst vom Start weg das volle Potenzial unserer neuen Suche zu nutzen“, so Büschler weiter. „Deshalb nahmen wir schon ab Projektbeginn die Hilfe des FactFinder Consultings in Anspruch. Unser persönlicher Consultant hat uns bei den Vorbereitungen für den Go-Live enorm unterstützt – zum Beispiel durch die Analyse und Optimierung unserer Produktdaten. Auch eine Backend-Schulung fand noch vor dem Live-Gang statt. Darin wurde uns nicht nur ein kompletter Überblick über die FactFinder-Funktionen gegeben, sondern auch wertvolle Tipps zur Verbesserung der Customer Journey. Das war für uns schon sehr hilfreich. Gemeinsam haben wir dann eine Roadmap entwickelt, welche Maßnahmen wir in welcher Reihenfolge umsetzen werden. Dadurch konnten wir uns sicher sein, dass wir von Anfang an dort ansetzen, wo es die größten Quick-Wins zu holen gibt.“

Bounce-Rate halbiert – durch Beraterkampagnen

Wie gut das Gelernte umgesetzt wurde, zeigen zum Beispiel die Beraterkampagnen, die das Globus-Team mit FactFinder kreiert hat: Beraterkampagnen unterstützen Kunden bei der Auswahl des richtigen Produkts. Und zwar ganz ähnlich, wie es ein Verkaufsberater im stationären Laden tun würde: durch gezieltes Fragen. Auf Basis der angeklickten Antworten wählt FactFinder dann die passenden Shopartikel aus. Selbst unerfahrene Heimwerker finden so schnell zum richtigen Produkt. Welchen Effekt diese Maßnahme hat, kann David Büschler sogar an Zahlen festmachen:

„Die Beraterkampagnen funktionieren sehr gut – damit können wir die Bounce-Rate auf den entsprechenden Ergebnisseiten fast immer halbieren. Außerdem sind diese Kampagnen eine schöne Möglichkeit, unsere Produktkompetenz auch online abzubilden, mit Kunden zu interagieren – und noch besser auf sie einzugehen.“

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

