

CASE - KUNDE SCHEFFLER HOME  
**INTERNATIONALISIERUNG  
 UND START AUF AMAZON.NL**

Mit Scheffler-Home betreuen wir einen Kunden, der seine Expertise im Bereich „Furniture Equipment“ hat. Es wird ein umfangreiches Produktsortiment von Stuhlhussen und Sitzbezügen angeboten. Der Firmenlogan und das Motto stehen für Individualität und Fantasie, aber auch für zeitlose Eleganz – und das in allen Produkten, die Scheffler-Home zu bieten hat. In jedem unserer Kickoff Calls besprechen wir mit Kunden den Status Quo (Ist-Status) und erfra-

gen gleichzeitig die Ziele, die wir mit der Betreuung des Kundenaccounts erreichen möchten (Soll-Status).

Bei Scheffler-Home starteten wir in diesem Fall mit der Zielsetzung, mittel- bis langfristig den Gesamtumsatz zu steigern. Ebenso wollten wir kurzfristige SEO-Maßnahmen auf den Amazon EU-Marktplätzen, auf denen noch keine Umsätze generiert wurden oder diese rückläufig waren, ergreifen.

**DIE CHALLENGE**

*Rückläufige Umsätze stoppen und gleichzeitig neue internationale Marktplätze erschließen und das in einer zeitlich sinnvollen Reihenfolge.*

**DAS PROBLEM**  
**Unbekannte Faktoren für Umsatzverluste**

**DER AUSLÖSER**  
**Volatiles Kaufverhalten der Zielgruppe**

Außerdem verschärften marktabhängige Gründe (wie Preisdumping, Wettbewerbsdichte) und sprachliche Hürden das Problem für unseren Kunden Scheffler-Home.

**LÖSUNGSANSÄTZE**

- Wir erarbeiten eine tiefgehende Markt- und Wettbewerbsanalyse, die uns erklärende Gründe auf einen Umsatzrückgang schließen lassen.
- Wir lassen alle Listings nochmals übersetzen und optimieren – idealerweise von Muttersprachlern mit Amazon Know-how.
  - ⊕ Kunden finden saubere Produktbeschreibung in ihrer jeweiligen Landessprache und gleichzeitig werden die Listings durch die Keyword-Optimierung bei relevanten Suchanfragen besser gefunden. Ein „Native Listing“ erhöht zudem die Conversionrate (da sich der Besucher beim Lesen der Produkttexte wohler fühlt) – ein signifikantes Nutzersignal für nachhaltiges Ranking bzw. der Beeinflussung des Ranking Algorithmus von Amazon. Mit jeder gewonnenen Platzierung gehen zudem mehr Seitenaufrufe und Sitzungen einher. Hier kann eine echte Kettenreaktion entstehen.
- Nach vorheriger Keyword-Recherche durch Muttersprachler setzen wir internationale Werbeanzeigen auf.
  - ⊕ Produkte werden bei entsprechenden Suchanfragen prominenter angezeigt. Durch optimierte Keywords-Sets wird die Relevanz erhöht und der ACOS reguliert. Wie auch auf dem deutschen Markt, nutzen wir PPC Anzeigen gezielt, um organische Platzierungen zu festigen oder zu verbessern. In unserem Ebook wird darauf verstärkt eingegangen.
- Wir erstellen Produktbilder mit zusätzlicher „internationalisierter“ Beschriftung (Internationale Text-Badges einarbeiten) und arbeiten eine einheitliche Infografik in fünf verschiedenen Sprachen aus (Bedienungs- bzw. Nutzungsanleitung).
  - ⊕ Kunden finden Informationen, neben Deutsch, mindestens auch in Englisch vor und können sich so besser orientieren.
- Wir veröffentlichen alle Produkte auf dem neuen niederländischen EU-Markt.
  - ⊕ Die Niederlande sind im europaweiten Vergleich sehr online- und E-Commerce-affin, was attraktive Umsätze verspricht. Gleichzeitig ist man auf amazon.nl noch einer der ersten Anbieter, die dort ihr komplettes und optimiertes Angebot anbieten.

*Wir nehmen uns der Aufgabe an!*

**PROJEKT SCHEFFLER HOME**

**INTERNATIONALE KEYWORD SETTINGS, ÜBERARBEITUNG DER BILDER UND START AUF AMAZON.NL**

Zunächst haben wir uns professionelle Unterstützung im Bereich der Übersetzungen geholt, da wir in-house noch keine eigenen SEO-Übersetzer in allen Sprachen an Bord haben. Hierbei ist es immer empfehlenswert, einen Muttersprachler mit SEO Know How zu engagieren, der von der deutschen Sprache in das jeweilige „Zielland“ übersetzt. Wer das nicht beachtet, läuft Gefahr, einen Text zu bekommen, der sich am Ende einfach nicht flüssig in der Landessprache lesen lässt und damit seinen Zweck verfehlt.

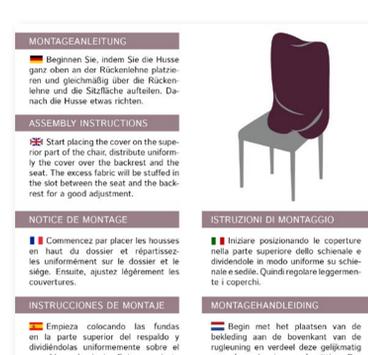
Mit dem richtigen „international SEO Head“ haben wir dann mit dem Re-Setup des UK-Marktplatzes begonnen, da dort die Umsätze am stärksten zurückgingen.

Im Anschluss haben wir uns dazu entschlossen, alle Produkte auf Amazon NL zu listen. Wettbewerbsanalysen bzw. Umsatzschätzungen haben uns nämlich gezeigt, dass dieser Markt mittelfristig große Relevanz, insbesondere auch für die Scheffler-Home Produkte, haben wird. Mit der Erschließung des neuen Marktplatzes konnten wir temporär auf Accountebene eine Art Kompensation erreichen. Ab jetzt beginnt die Timeline of Success.

Parallel haben wir an der Verbesserung der Produktabbildungen gearbeitet und neben deutschen Beschriftungen auch englische ergänzt. Klar, welcher Franzose oder Italiener soll ein Produkt kaufen, das ausschließlich deutsche USPs im Produkt ausgewiesen hat?

Zudem haben wir diverse Montageanleitungen der Sitzhussen in Form von Grafiken in sechsfacher Übersetzung (DE, EN, FR, IT, ES & NL) in-house erstellt. Diese wurden direkt auf allen EU-Marktplätzen geuploadet und sofort für den Kunden sichtbar. Mit unserer eigenen Grafik-Designerin lässt sich so etwas binnen kurzer Zeit umsetzen. solche Grafik erzielt einen erheblichen ROI, wenn man marktplatzübergreifend von sechsstelligen Seitenansichten (kumuliert) bei allen Produkten innerhalb eines Monats spricht.

Die Optimierung der Werbeanzeigen erfolgt nachgelagert und wird spätestens mit der textlichen Optimierung des letzten EU-Marktplatzes auf allen Märkten durchgeführt.



**STIEGENDE UMSÄTZE UND VIELVERSPRECHENDE ZAHLEN  
 ABGESCHLOSSEN**

Zwei bis drei Monate nach den ersten Maßnahmen lässt sich erkennen, dass die Umsätze wieder kontinuierlich steigen.

Zudem sind die ersten Zahlen auf Amazon NL sehr vielversprechend. Mit jeder internationalen Optimierung wachsen wir an uns selbst und haben neue Erkenntnisse, die wir für andere Bestands-, aber auch Neukunden an-

wenden können. „A candle loses nothing by lighting another candle“ – James Keller.

Weitere Maßnahmen im Bereich der Internationalisierung (internationales Preisstaffeln, Rabattaktionen an ausländischen Feiertagen) sind bereits in Planung und werden zu gegebener Zeit ebenfalls an dieser Stelle veröffentlicht.

*Wir nehmen Scheffler-Home für das entgegengebrachte Vertrauen und freuen uns auf den weiteren Weg.*