

Die „Rundum-Sicht“ auf die Produkte

Über die Bedeutung guter Daten für den erfolgreichen Verkauf von Produkten ist viel geschrieben worden. Unser Gast-Autor Claus Meister beschreibt eine **Komplett-Sicht auf Marktinformationen**, die durch neue technische Entwicklungen und Tools auch für die Unternehmen der PBS-Branche nutzbar ist.

In der PBS-Branche ist spätestens seit der Gründung der Daten- und Bestellplattform PBSeasy – und damit seit zwanzig Jahren – die Bedeutung guter Daten für den Verkaufserfolg ein viel diskutiertes Thema. Ging es zunächst um „harte“ Warenwirtschafts-Daten, standen später zunehmend multimediale Marketing-Daten im Fokus. Als Herausforderung stellte sich dabei die geringere Standardisierbarkeit und der daraus resultierende Bearbeitungsaufwand für Händler und Hersteller heraus. Top-Marketinginformationen finden sich heute verbreitet in den Markenwelten der Hersteller und bei großen Webshops sowie bei Amazon im erweiterten „A+ Content“ – jede dieser Welten meist händisch gepflegt und gesondert mit hohem Aufwand aufbereitet.

Das ruft nach Vereinfachung durch Tools. Ein Hersteller außerhalb der PBS-Branche wollte clever sein. Der manuell gepflegte Amazon-Content sollte auch für andere Plattformen genutzt werden. Also verwen-



Claus Meister beschäftigt sich seit 20 Jahren mit innovativen Konzepten rund um E-Commerce-Projekte. Er erstellte über viele Jahre Preisanalysen für PBS-Hersteller und unterstützt und berät Firmen in Digital-Themen.

dete er ein Tool, um die selbst erstellten Amazon-Informationen dort zu crawlen und die Ergebnisse damit auf anderen Plattformen hochzuladen. Ungeschickt nur, dass man in den Amazon-Content aus werblichen Zwecken die Information „bei Kauf über Amazon.de verlängerte Garantie von 10 Jahren“ eingepflegt hatte. Der erste große Händler, bei dem diese Information auftauchte, war darüber nicht sehr amüsiert. Dies zeigt, dass automatisierte Tools nicht alle Probleme lösen.

Lohnt sich also der hohe Aufwand für gute Marketingdaten? Steigt man neu in das Thema ein, etwa mit dem Aufbau einer The-

menseite auf einem Händler-Shop oder mit erstmaligem Einpflegen von A+ Content bei Amazon, so kann die Änderung der Verkaufszahlen in Verbindung mit den Kosten für den Content dazu eine Aussage liefern. Natürlich sind Marketing-Daten nur eine Facette des Verkaufserfolgs. Heute stehen Werkzeuge zur Verfügung, die den Verkaufserfolg (mit Schwerpunkt Internet) aus vielen Blickwinkeln bewerten können. Das Problem dabei: für jeden Blickwinkel wird ein anderes Tool benötigt. Das Zusammenführen der Informationen überfordert jedes Unternehmen, das keine eigene „Big-Data“-Abteilung besitzt. Für alle anderen Unternehmen sind nur Lösungen möglich, bei der ein Tool-Anbieter die Integration (zu bezahlbaren Kosten) vornimmt. Dieser Artikel stellt aktuell vorhandene Möglichkeiten einer Rundum-Sicht auf Verkaufsdaten und einen Integrationsansatz vor.

Der erste Blick gilt meist den eigenen Statistiken. Sie zeigen, was bei Umsatz und Absatz passiert, liefern aber keine Erklärung für die Gründe. Wie entwickelt sich der Wettbewerb? Ohne „verdeckte Ermittler“ bleiben meist nur Zahlen von Verbänden oder der GfK. Doch viele andere Marktinformationen sind offen im Internet verfügbar.

below limit price		limit price excl shipping					
price increase							
price reduction							
billiger.de				guentiger.de			
current week		last week		current week		last week	
billiger.de	shop	billiger.de	shop	guentiger.de	shop	guentiger.de	shop
230.03	22quadrat.de	225.99	crowdflox	230.03	22shop.de	225.99	crowdflox.com - Crowdflox Gr
173.63	büroshop24	173.72	büroshop24	173.63	bueroshop24.de - büroshop2	173.72	bueroshop24.de - büroshop2
330.88	büroshop24	330.96	büroshop24	330.88	büeroshop24.de - büroshop2	330.96	bueroshop24.de - büroshop2
170.85	büroshop24	174.56	büroshop24	174.85	Digitalo	178.55	Digitalo
138.88	büroshop24	138.88	büroshop24	129.80	ITniedertheim	129.80	ITniedertheim
79.08	büroshop24	80.02	digitalo.de	79.08	bueroshop24.de - büroshop2	80.02	Digitalo
84.16	staples.de	83.44	büroshop24	84.16	Staples	83.44	bueroshop24.de - büroshop2
57.82	büroshop24	37.88	büeromark-ag.de	57.83	büeromark-ag.de - Büromark	37.88	büeromark-ag.de - Büromark
57.07	büroshop24	57.09	digitalo.de	57.09	Digitalo	57.09	Digitalo
184.48	büroshop24	180.61	büroshop24	169.90	ITniedertheim	169.90	ITniedertheim
24.92	büroshop24	24.92	büroshop24	19.90	ITniedertheim	19.90	ITniedertheim
243.34	büroshop24	246.01	büroshop24	243.34	bueroshop24.de - büroshop2	246.01	bueroshop24.de - büroshop2
280.44	büroshop24	280.47	büroshop24	280.44	bueroshop24.de - büroshop2	280.47	bueroshop24.de - büroshop2
335.08	22quadrat.de	335.08	22quadrat.de	335.08	22shop.de	335.08	22shop.de
47.97	büroshop24	48.72	büroshop24	48.98	bueroshop24.de - büroshop2	48.72	bueroshop24.de - büroshop2

Quelle: IntelliCaT

Preisanalysen können in die Rundum-Sicht des Marktes integriert werden

Die Klassiker



EL-1750V



EL-2607PGGY



CS-2635RHGY

Freude am Rechnen



www.sharp-calculators.de

**Im Oktober zum Sonderpreis
bei Ihrem Distributionspartner:**

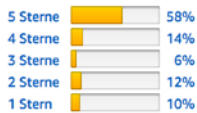
**Bandermann
Hoffbauer
Schneider-Novus
System**

**Tel.: 02131 1767-100
Tel.: 05723-3012
Tel.: 08816 2929-100
Tel.: 09573 9221-0**

Kundenrezensionen

★★★★☆ 85

3,8 von 5 Sternen



Sagen Sie Ihre Meinung zu diesem Artikel

Kundenrezension verfassen

[Alle 85 Kundenrezensionen anzeigen](#)

Lesen Sie Rezensionen, die folgende Stichworte enthalten

aktenvernichter gerät schreddern behälter zoomyo
rollen blätter tut verpackt motor geist
aufgegeben service vernichten schredder entleeren

Die Funktionalität der Amazon-Kundenbewertungen wird laufend weiterentwickelt.

Stimmen Ihre Preise im Handel? Automatisierte Auswertungen, die Preise und Preisentwicklungen auch im Vergleich mit Wettbewerbs-Produkten aufzeigen, waren zum Start von IntelliCaT 2004 noch ein innovatives Tool. Sie sind heute bei Industrie und Handel weit verbreitet. Natürlich ist es wichtig zu wissen, ob die Preispunkte richtig gesetzt sind.

„Where to buy“-Lösungen generieren als Nebeneffekt ebenfalls Preisübersichten und schaffen Transparenz über Listungen, zumindest bei größeren Händlern. Tools hierfür sind in der PBS-Branche schon weit verbreitet. Landen diese Informationen bei Ihnen in einem integrierten Informationssystem?

Große Händler im Bereich Consumer-Electronics erzählten mir, dass sie Produktbewertungen für den Verkaufserfolg für wichtiger halten als Produktinformationen. Branchenübergreifend existieren Statistiken, welche Bedeutung die erste Bewertung oder die Verbesserung um einen Bewertungspunkt auf den Umsatz eines Produktes haben. Amazon entwickelt das Bewertungs-Modul regelmäßig weiter. Wissen Sie, wie Ihre Produkte bewertet werden und haben Sie diese Information mit Ihren Verkaufszahlen verknüpft?

Kylie Jenner wurde mit Lippenstift-Sets zur jüngsten Milliardärin der Geschichte. Ihr Verkaufserfolg beruht im Wesentlichen auf ihren Aktivitäten in sozialen Medien. Forbes.com zitiert sie in einem aktuellen

Portrait mit folgenden Worten: „Social media is an amazing platform. I have such easy access to my fans and my customers.“ Influencer verdienen viel Geld für Videos, mit denen sie ihren „Followern“ Produkte empfehlen. Soziale Medien können auch Produkte und Marken angreifen. Fast 700.000 Menschen sahen das Video, mit dem Greenpeace den Nestlé-Konzern wegen der Verwendung

von Palmöl im Kit-Kat-Riegel anklagte.

Wissen Sie, was die sozialen Medien zu Ihren Innovationen und Ihrer Umwelt-Verträglichkeit sagen? Und wenn ja, können Sie diese Informationen auswerten? Anders als Bewertungspunkte sind Kommentare unstrukturiert. Doch künstliche Intelligenz und langjährige Datenanalysen ermöglichen es heute Tools, über lernende Algorithmen Texte mit einer höheren Trefferquote auszuwerten als dies Ihr Facebook-Experte kann.

Und zuletzt noch einmal zu den Produktdaten: bei guter Zusammenarbeit wird Ihr wichtigster Händler vielleicht zumindest den relativen Effekt von verbesserten Daten mit Ihnen teilen. Werden Ihre Produktinformationen über Content-Verteiler wie loadbee ausgespielt, gibt es aus dem Tool Reports über die Anzahl der Aufrufe und gegebenenfalls auch über die „Conversion Rate“, d.h. wie viele der Aufrufe zu einer Bestellung geführt haben.

All dies zusammen ermöglicht nun folgendes Szenario: Stellen Sie sich vor, dass die Verkäufe für ein Schlüssel-Produkt im vergangenen Monat 20 Prozent unter Plan lagen, was zu einem Krisen-Meeting mit Verkauf, Marketing und Produktmanagement geführt hat. Ihr Produktmanager wirft die Analyse aus Ihrem Rundum-Tool an die Wand: Der Preis liegt höher als bei den Wettbewerbsprodukten. Die Bewertungen sind schlechter. Klar, dass da wenig verkauft wird. Aber eine Preissenkung wird nicht

The screenshot shows the VICO dashboard interface. At the top, there's a navigation bar with 'Test', 'Price Monitoring', and 'Speichern' buttons. Below this is a search bar and a filter section on the left. The main area displays a table with columns: Produktname, Reviews, Reviews Trend, Rating, Rating Trend, Lifetime-Rating, LT-Rating Trend, LT Reviews, Amazon Rating, Amazon Rating Trend, Preis, Absatz, Traffic, Shop/Verfügbarkeit, and Servicequalität. The table lists various products like 'AEG Vampyre AVBL300 Handstaubsauger' and 'Tefal D60005 Dampfbügel-Station'. Each row contains numerical data and trend indicators (arrows and stars).

Quelle: VICO Prisy

Über die Integration von verkaufsrelevanten Daten aus unterschiedlichen Kanälen und Quellen entsteht ein 360-Grad-Blick auf die Produktverkäufe.

reichen – das Produkt ist auch nur in wenigen Shops gelistet. Und dort wo es gelistet ist, gibt es wenige Seitenaufrufe. Also muss sowohl mit Händlern betreffend Listungen gesprochen als auch die Werbung intensiviert werden. Und auch in den sozialen Medien sind Sie nicht präsent. Also etwas posten und Werbung machen. Es wird ein breit angelegter Aktionsplan erstellt. Die ersten Ergebnisse werden in einem Monat präsentiert. Haben Sie heute diesen umfassenden Blick oder müssen Sie aus dem Bauch die vielleicht falschen Entscheidungen treffen?

Alle dargestellten Informations-Bausteine sind heute bereits verfügbar. Viele PBS-Unternehmen haben neben den eigenen Daten schon Listungsinformationen und Übersichten über die Handelspreise. loadbee-Nutzer erhalten Aufruf-Statistiken und Konvertierungen. Für die Auswertung von Bewertungen und Social-Media-Posts wären Tools vorhanden. Mit VICO Research gibt es nun einen Integrator, der das eigentliche Problem – die Verknüpfung dieser Informationen zu einer Rundum-Sicht auf den Markt – zu lösen verspricht, indem

eigene Tools und Fremdprodukte integriert werden.

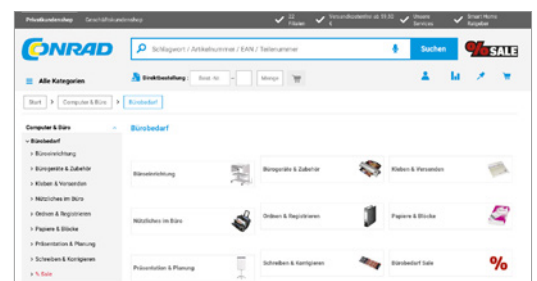
Eine Rundum-Sicht auf den Markt würde in der PBS-Industrie (und beim PBS-Handel) nicht nur zu verbesserten Abverkäufen, sondern auch zu besseren Entscheidungen über die Weiterentwicklung des eigenen Produktmix führen. Die Herausforderungen durch die Komplexität bei der Zusammenführung der Informationen können durch ein verknüpfendes Tool und ein qualifiziertes Projektmanagement bewältigt werden.

Conrad

Marketplace-Konzept weiter forciert

B2B-Kunden können nun auch über Conrad.de auf das erweiterte Produktsortiment des Marketplace zugreifen. Conrad will den Marketplace weiter forcieren – das Sortiment „Computer & Büro“ wurde zuletzt stark ausgebaut. Wie der Händler mitteilt, können nach der Neugestaltung des Webshops conrad.de die eingeloggtten B2B-Kunden auch auf das erweiterte Produktsortiment des Marketplace zugreifen – ein Sortiment von aktuell 1,4 Millionen Produkten von insgesamt 80 Händlern. Angeboten werden dort nicht nur „klassische“ Sortimentsbereiche wie Elektromechanik, aktive und

passive Bauelemente, Automation & Pneumatik, sondern auch der Bereich „Computer & Büro“, wo man die Produktvielfalt „rasant und stark“ ausgeweitet hat, wie Conrad.de betont. Im neuen Webshop können sich Einkäufer zu Verkäuferbewertungen informieren, zu Produktalternativen, der Verfügbarkeit, Lieferzeit sowie Mengenrabatten. So solle die Auswahl und der Vergleich von Produkten einfach werden. Conrad.de betont zudem den hohen Qualitätsanspruch: Das Unternehmen wähle



Büroprodukte bei Conrad.de: Der Online-Händler baut sein Sortiment über Marketplace-Händler auch im Bereich „Computer & Büro“ weiter aus.

die Anbieter für seinen Marketplace aus. Dies soll hohe Qualität und Sicherheit beim Online-Kauf gewährleisten.

www.conrad.de