



Tischwelt

#B2C

#Furniture



Der Wechsel auf die NG war die absolut richtige Entscheidung.

Ronja Christ

E-Commerce Kauffrau, Tischwelt.de

+10% Conversion nach Upgrade auf Next Generation

Tischwelt.de ist deutschlandweit der einzige Online-Shop, der sowohl auf Geschirr und Gläser spezialisiert ist als auch auf Küchenbedarf wie Töpfe und Pfannen. In diesem ebenso spezifischen wie umfangreichen Sortiment gibt es so manche Produktbezeichnung, die im Sprachgebrauch kaum vorkommt – Stichwort: „Eierschalensollbruchstellenverursacher“. Trotzdem müssen Kunden schnell finden, was sie suchen. Genau das ermöglicht der Online-Händler mit Hilfe der Next Generation. Bereits kurz nach dem Go-Live stieg die Search-Conversion-Rate um 10% und der durchschnittliche Warenkorbwert um 13%. Fabian Futterer, Technischer Shop Manager, und Ronja Christ, E-Commerce Kauffrau, berichten über ihre Erfahrungen.



Die Küchen- und Haushaltsbranche gehört zu den Krisengewinnern

Der Verkauf von hochwertigen Tischgeschirren, Küchenhelfern und Dekoartikeln ist ein saisonales Geschäft. Im Schnitt bewegt sich die Besucheranzahl von Tischwelt.de zwischen 150.000 und 350.000. Im März 2020 wurde diese Volatilität noch verstärkt – Fabian erinnert sich: „In den ersten beiden Monaten des Lockdowns ist die Nachfrage zunächst stark gesunken, was wohl in den allermeisten Shops in Deutschland so war. Doch nach dieser Zeit ging sie praktisch durch die Decke. Die Nutzung von Home-Office und die Einschränkungen in der Gastronomie führten dazu, dass häufiger zu Hause gekocht und gegessen wurde. Und das haben wir an unseren Besucherzahlen deutlich gesehen.“

FactFinder Next Generation steigert Conversion out-of-the-box

Hohe Traffic-Zahlen sind das eine – doch die vielen Besucher im Shop richtig abholen und in Kunden verwandeln ist eine weitere Herausforderung.

Tischwelt.de überlässt daher in Sachen Conversion-Optimierung nichts dem Zufall: Durch die Integration der neuesten FactFinder-Version verbesserte der Online-Händler die Shop-interne Suchfunktion, was sich direkt in den KPIs widerspiegelte:

„Mit dem Sprung auf die FactFinder Next Generation stieg unsere Search-Conversion-Rate um 10 Prozent und unser durchschnittlicher Warenkorbwert um 13 Prozent. Dabei hatten wir zum Zeitpunkt des A/B-Tests nichts an

der Suchkonfiguration optimiert“, berichtet Fabian. „Das Integrationsprojekt lief reibungslos – und das obwohl wir eine Shop-Lösung nutzen, die auf Open-Source basiert und daher keine Standard-APIs mitbringt. Viele Bestandteile der vorigen FactFinder Version konnten wir übernehmen. Zum Beispiel den Datenfeed, den wir nur um ein paar Felder erweitern mussten.“

Schnelle, präzise Suche hilft sowohl Kunden als auch Beratern

Neben kaufmännischen KPIs wie Umsatz, Conversion-Rate und Warenkorbwert steigert FactFinder Next Generation auch die Suchgeschwindigkeit. Die schnelleren Ladezeiten machen das Einkaufen für Shop-Besucher noch bequemer, erleichtern aber auch die Arbeit des Service-Personals. Für Produktfragen aller Art steht bei Tischwelt.de ein ganzes Team von Produktexperten bereit, die bei Bedarf sogar Schritt für Schritt durch den ganzen Verkaufsprozess führen.

„Unsere Fachkompetenz und Beratung sind ein wichtiger Teil unseres Alleinstellungsmerkmals“, erklärt Fabian.

„Unter der Tischwelt-Hotline erreichen Kunden echte Experten, die sich mit dem Sortiment auskennen, und nicht einfach nur etwas verkaufen möchten. Da sich die Berater viel im Shop bewegen, spüren sie natürlich, wie stark sich die Performance verbessert hat. Zum Beispiel erscheinen die Suchvorschläge jetzt viel, viel schneller – jeder Tasten-Anschlag wird in Echtzeit umgesetzt.“

Ergebnisse nach Go-Live von FactFinder Next Generation

+10%

**Search-Conversion
Rate**

+13%

**durchschnittlicher
Warenkorbwert**

Faster

**Schnellere Ladezeiten:
Suchvorschläge in Echtzeit**

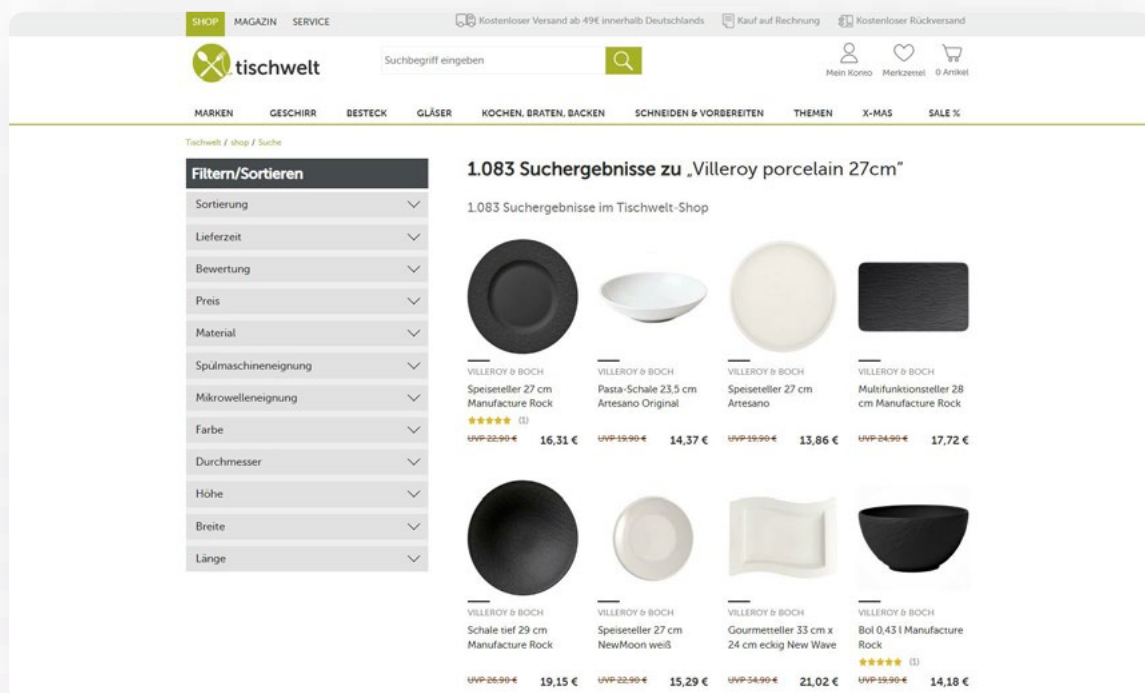
Intuitive Suchoptimierung im User Interface

„Wir sehen auch, dass weniger Suchanfragen ohne Ergebnis enden, weil der Algorithmus die Eingaben noch besser interpretiert“, ergänzt Ronja. „Zudem können wir die Suche mit dem neuen User Interface einfacher steuern. Im Haushaltsbereich ist Suchoptimierung wichtig, denn es gibt einige Spezialbegriffe, nach denen kaum jemand suchen würde. Ein Beispiel dafür ist der Eierschalensollbruchstellenverursacher. Den benutzt man, um ein Frühstücksei so zu öffnen, dass ein perfekter Kranz entsteht. Damit Produkte mit solchen exotischen Bezeichnungen besser gefunden werden, können wir in der FactFinder UI jetzt noch schneller Synonyme hinterlegen und clustern. Insgesamt ist die neue UI eine enorme Erleichterung – auch für kleine Anpassungen im Alltag. Wenn Kollegen ein Suchergebnis finden, das ein unpassendes Produkt enthält, können wir das spontan berichtigen. Und falls doch mal eine Frage aufkommt, wenden wir uns an den Service-Desk von FactFinder, mit dem die Abstimmung immer sehr gut funktioniert.“

„Der Wechsel auf die NG war die absolut richtige Entscheidung“

Aus dem Stand zweistellige KPI-Steigerungen zu erzielen, ist ein beachtlicher Erfolg – für Tischwelt.de aber erst der Anfang. In Zukunft möchte das eCommerce-Team noch mehr aus der neuen Suche herausholen und wird dabei stark auf die Testing-Funktionen der NG setzen:

„Die direkte Conversion-Steigerung hat unsere Erwartungen übertroffen. Der Wechsel auf die NG war die absolut richtige Entscheidung“, sagt Ronja. „Gleichzeitig sind wir uns sicher, dass wir diese Steigerung noch ausbauen können. Bisher optimieren wir sozusagen noch aus Expertensicht – aber nur weil wir das Know-how von den Produkten haben, heißt das nicht, dass wir genau wissen, wie wir Kunden am besten bei der Suche unterstützen. FactFinder kann uns genau sagen, ob wir uns mit einer neuen Einstellung verbessern, oder vielleicht doch einen Teil des Traffics verlieren. In nächster Zeit werden wir deshalb verstärkt das A/B-Testing-Modul der NG nutzen.“



„Fehlertolerant, selbstlernend, blitzschnell - auch bei Mehrwort-Suchbegriffen. FactFinder Next Generation bringt Kunden und Service-Mitarbeiter zuverlässig zu den richtigen Produkten.“

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

