

Case Study:
Möbelmarkt Dogern

**MÖBEL
MARKT
DOGERN**

Über den Möbelmarkt Dogern:

- Möbelhändler mit Sitz im baden-württembergischen Dogern, nahe der Schweizer Grenze
- Die familiengeführte Unternehmensgruppe betreibt sechs Einrichtungshäuser im Südwesten Deutschlands
- Kundenservice inklusive Auslieferung und Montage für Kunden aus Deutschland und der Schweiz
- über 40 Jahre Erfahrung

Ziele:

- Messbarkeit von Offline-Conversions durch die Funktion "Store Visits"
- Generierung von Store Visits über einen zusätzlichen Online 2 Offline Performance Kanal (Google Shopping)
- Bewerbung des kompletten Offline Inventars
- Erhöhung der Online Präsenz durch von Google gehostete Verkäuferseiten

Vorgehensweise:

- Einrichtung der Funktion „Store Visits“, um Offline-Conversions in Form von Ladenbesuchen zu berücksichtigen
- Aufsetzung eines Merchant Centers für jedes Einrichtungshaus und Einrichtung von Local inventory Ads
- Erstellung eines Feeds mit lokalem Inventar, um die Verfügbarkeit der Produkte in der jeweiligen Filiale abzubilden
- Einrichtung von Shopping Kampagnen mit lokalem Inventar in Google Ads und Bewerbung auf Google Shopping

Ergebnisse:

- nach den Lockdown Maßnahmen im Frühjahr 2020 konnte eine deutliche Steigerung der Store Visits erzielt werden
- im September 2020 haben sich die Store Visits in Google Shopping im Vergleich zu Juni verdoppelt
- die Zahl der Store Visits durch Google Shopping und Search konnte insgesamt verdoppelt werden
- die Kosten pro Store Visit blieben stabil

Die Story

Der Möbelhändler Möbelmarkt Dogern befindet sich im baden-württembergischen Dogern nahe der Schweizer Grenze. Die familiengeführte Unternehmensgruppe betreibt insgesamt sechs Einrichtungshäuser im Südwesten Deutschlands. Neben der Beratung und dem Verkauf von Möbelstücken bietet der Möbelhändler eine Vielzahl an Dienstleistungen für Kunden aus Deutschland und der Schweiz an. Im Bereich der Auslieferung und Montage von Möbeln und Küchen, welche auch in der Schweiz angeboten wird, hat das Unternehmen mehr als 40 Jahre Erfahrung. Das Unternehmen erzielt seit mehreren Jahren einen Umsatz im dreistelligen Millionenbereich.

Als reiner Offline Händler hat sich das Unternehmen zum Ziel gesetzt, eine digitale Plattform für seine Einrichtungshäuser zu schaffen und das komplette Offline Inventar auf Google und auf von Google gehosteten Verkaufsseiten zu präsentieren. Während die Store Visits im Jahr 2019 nur über den Search-Kanal generiert wurden, sollen sie durch Local Inventory Ads auf einem zusätzlichen Online 2 Offline Performance Kanal gesteigert werden. Die Leistung der Kampagnen soll mit der Einbeziehung der Store Visits in die Conversions messbar gemacht werden.

Für den Kunden wurde zu Beginn die Funktion der "Store Visits" eingerichtet - zunächst für ein Möbelhaus. Hierfür wurde für die Filiale ein Merchant Center angelegt, Local Inventory Ads eingerichtet und ein Hauptfeed mit allen verfügbaren Produkten erstellt. Zusätzlich wurde für die Filiale ein Feed mit ausschließlich lokalen Inventar erstellt um die Verfügbarkeit der Produkte in der jeweiligen Filiale abzubilden. Nach der Prüfung des Inventars durch Google wurden Shopping Kampagnen mit lokalen Inventar in Google Ads eingerichtet, welche die Grundlage für die Bewerbung in Google Shopping darstellten. Mit diesem Schritten wurde fortlaufend für jeden weiteren Standort ein neues Merchant Center aufgesetzt und die Ausspielung der Local Inventory Ads erweitert.

Nach den die Lockdown Maßnahmen im Frühjahr 2020 konnte eine deutliche Steigerung der Store Visits erzielt werden. Diese Steigerung setzte sich in den weiteren Monaten weiter fort. Im September 2020 haben sich die Store Visits in Google Shopping, im Vergleich zu Juni, verdoppelt. Das ursprüngliche Ziel - die Store Visits mit dem neuen Kanal Google Shopping zu steigern - wurde ebenfalls erfüllt. Die Zahl der absoluten Store Visits, inklusive der Bewerbung mit Search Kampagnen, konnten ebenfalls verdoppelt werden. Gleichzeitig blieben die Kosten pro Store Visit stabil auf dem gleichen Niveau. Aufgrund der guten Ergebnisse plant der Möbelmarkt Dogern zukünftig, Budget aus den Offline Werbekanälen abzuziehen und vermehrt in Online 2 Offline Kanäle zu investieren.

Kontakt:

Smarketer GmbH
Alte Jakobstraße 83/84
10179 Berlin

Tel. +49 30 96 53 66 56 96
E-Mail: info@smarketer.de
Web: smarketer.de