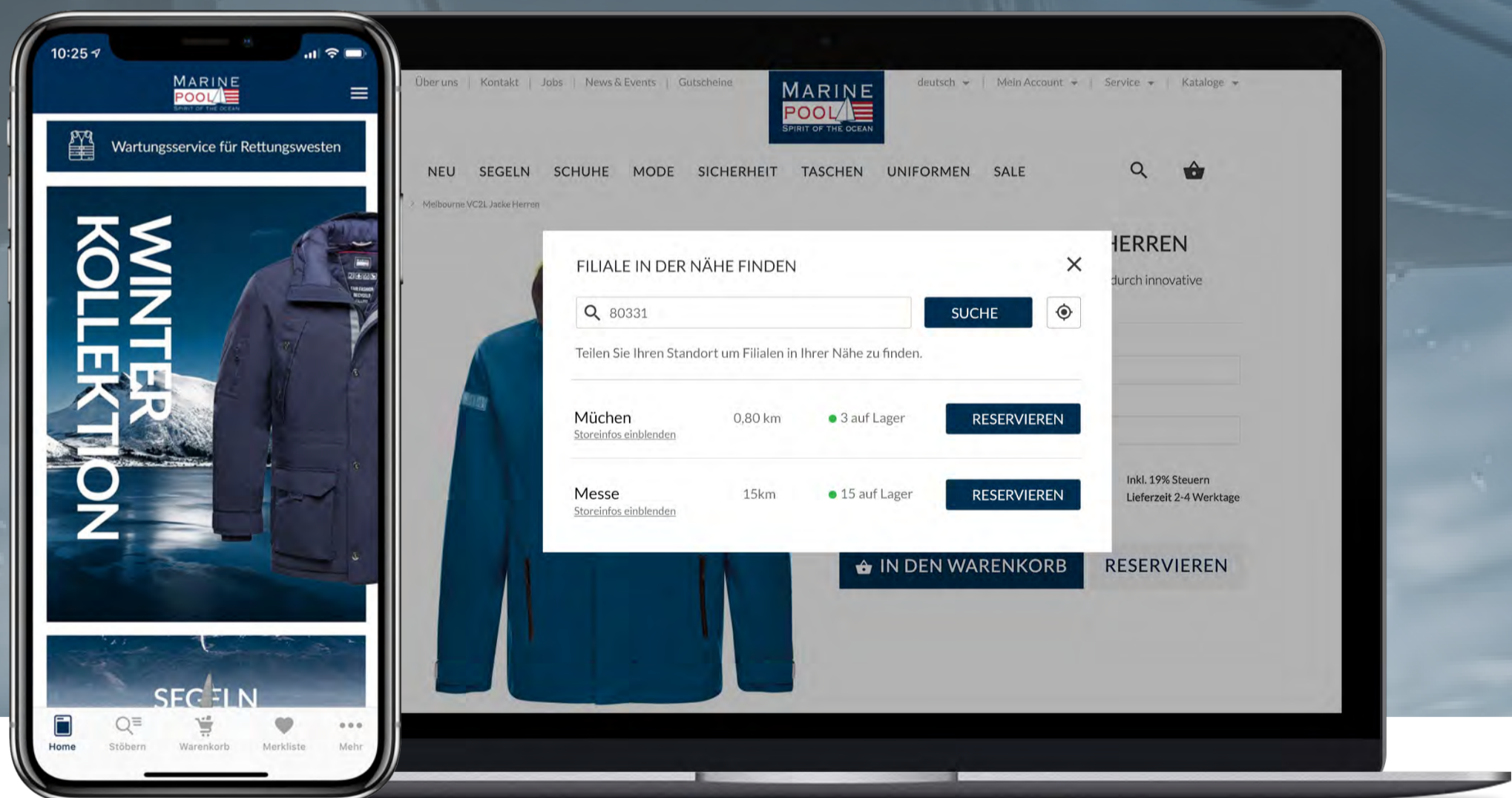


Trotz Corona-Gegenwind segelt Marinepool weiter auf Erfolgskurs – auch dank retail.red von Shopgate



Shopping App und Omnichannel-Lösung sorgen für begeisterte Kunden.

Marinepool – mit geblähten Segeln in Richtung Zukunft.

Um im Einzelhandel bestehen zu können, ist die Kundenzufriedenheit das Maß aller Dinge. Beste Qualität und Funktionalität, ein optimales Preis-Leistungs-Verhältnis sowie gute Erfahrungen in der Vergangenheit reichen vielen Kunden nicht mehr aus. Von ihren Marken erwarten sie darüber hinaus eine herausragende Customer Experience und dabei besonders eine ebenso effiziente wie bequeme Bestell- und Kaufabwicklung. Das gelingt nur, wenn die Grenzen zwischen Off- und Onlinekanälen verschwinden und der Händler kanalübergreifend nutzerfreundliche Services anbietet. So wie es Marinepool umsetzt – einer der weltweit führenden Hersteller für Segelbekleidung und Rettungswesten.



1991 als Importunternehmen für Bootsschuhe gegründet, ist Marinepool inzwischen eine international renommierte Marke für maritime Mode, die sowohl im B2B als auch B2C tätig ist. Sie vereint die drei Unternehmen Marine Store 2000 GmbH, Spirit of the Ocean GmbH und die Marinepool Sportartikel GmbH & Co. KG. Der Verkauf des gesamten Sortiments von über 1200 Artikeln – angefangen bei funktionaler Segelbekleidung über Schwimm- und Rettungswesten bis hin zu wasserdichten Taschen – erfolgt über Handelspartner sowie den eigenen Webshop und einen POS. Für die Beratung seiner Geschäftskunden sowie Händler und um ihnen dabei einzigartige Erlebnisse zu bieten, betreibt Marinepool zudem acht stationäre Showrooms: in München, Bremen, Lorient, Palma, Athen (2x), Viareggio und Xiamen.

🍷 Flaschenpost war (vor-)gestern

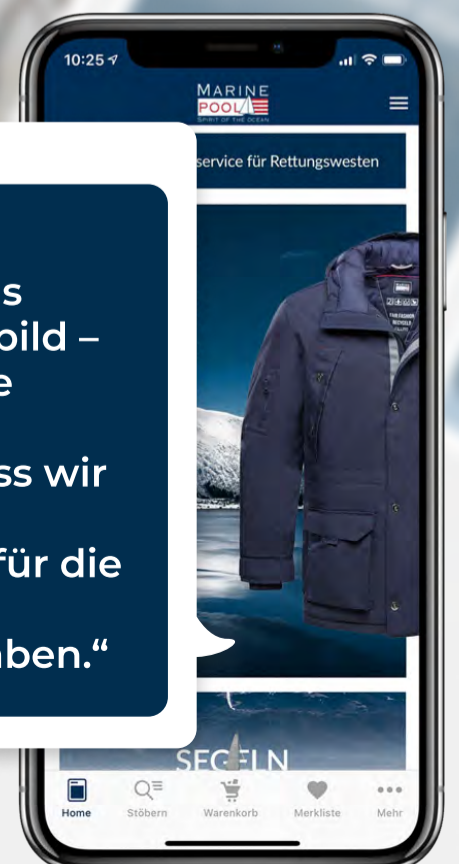
Das Kommunikations- und Einkaufsverhalten der Kunden hat sich in den letzten Jahren stark gewandelt. Die Zeiten dicker Versandhauskataloge sind lange vorbei. Bereits 2018 haben Studien gezeigt, dass Menschen online mehr einkaufen als vor Ort im Laden. Google gibt an, dass immer mehr Einkäufe ihren Anfang im Netz haben, unabhängig davon, ob sie on- oder offline abgeschlossen werden. Über 75 Prozent der Kunden suchen online nach Gebrauchsgütern und Informationen. Um langfristig erfolgreich zu sein, reicht selbst ein guter Onlineshop oft nicht mehr aus. Kunden nutzen stattdessen verstärkt mobile Endgeräte, um sich flexibel – unabhängig von der Zeit oder dem Standort – im Netz über Produkte und Angebote zu informieren oder Bestellungen auszulösen. „Gerade unsere Kundschaft – Segelsportler und Berufssegler – sind viel unterwegs“, berichtet Kai Lindecke, Head of IT & Media bei Marinepool. „Bereits 2015 fiel daher die Entscheidung, eine plattformbasierte Shopping App für die mobile Nutzung einzuführen. Ein wichtiges Auswahlkriterium dabei war die Bedienfreundlichkeit, schließlich wollen wir es unseren Kunden so bequem wie möglich machen.“



App-Design überzeugt auf ganzer Linie

Für den Relaunch hatte Shopgate das Design seiner Shopping App weiterentwickelt.

„Funktionalität, Handhabbarkeit und das moderne Erscheinungsbild – alles war optimal auf die Nutzerbedürfnisse abgestimmt. So gut, dass wir das zugrunde liegende Konzept auch als Basis für die Neugestaltung unseres Onlineshops genutzt haben.“



2016 heuert Shopgate an

Seit 2016 setzt Marinepool auf Shopgate als Partner in der Digitalisierung. „Ausschlaggebend für den Anbieter waren die hohe Fachkompetenz und ausgezeichnete Beratungsqualität“, erinnert sich Lindecke. „Ihre Shopping App hat zudem mit einem sehr guten Preis-Leistungs-Verhältnis und der einfachen Bedienbarkeit überzeugt.“ Der Erfolg hat Marinepools Wahl bald bestätigt: Nach dem Go-live der Shopping App hat sich der Umsatz um rund 20 Prozent gesteigert. „Ich würde jedem B2C-Händler empfehlen, Apps einzusetzen, um sich damit neue Kundenschichten zu erschließen“, so der Rat des Marinepool-IT-Chefs.

Dank der ausgezeichneten wirtschaftlichen Ergebnisse sowie dem partnerschaftlichen und lösungsorientierten Miteinander, nahm die Zusammenarbeit rund um die Shopping App dann rasch an Fahrt auf:



2017

...beauftragte Marinepool Shopgate, für ihre Shopping App ein gezieltes App-Marketing umzusetzen. Das schloss Beratungsleistungen im Hinblick auf Formate und Kosten ein, sowohl für die Aktivitäten auf den Social-Media-Kanälen als auch die Anzeigenschaltung betreffend



2018

...übernahm es Shopgate, für den englischsprachigen Marinepool-Shop die zugehörige App zu entwickeln.



2019/20

erfolgte innerhalb nur weniger Wochen ein umfangreicher Relaunch der Shopping App bei Marinepool. Dazu gehörte beispielsweise die Neugestaltung der Startseite, um den größeren Bildschirmen moderner Endgeräten Rechnung zu tragen.



2021

erhielt Shopgate die Aufgabe, auch für den französischsprachigen Shop eine entsprechende App aufzusetzen.

Auf allen Marketing- und Verkaufskanälen zu Hause

Es geht darum, jeden potenziellen Interessenten, ob Amateursegler oder Profi-Skipper, zu erreichen. Dafür muss sich Marinepool auf den gleichen Off- und Online-Kanälen tummeln wie ihre Zielgruppen – Businesskunden ebenso wie Endverbraucher. Folgerichtig unterhält das Unternehmen sowohl einen klassischen Vertrieb als auch einen großen Webshop sowie ein Ladengeschäft. Zudem ist es in den sozialen Medien sehr aktiv. Die Herausforderung dabei: Daten müssen kanalübergreifend jederzeit konsistent und aktuell sein. Shopgate hat deshalb seine innovative Omnichannel-Lösung retail.red empfohlen, die die Grenzen zwischen den digitalen und analogen Touchpoints auflöst und dank des Echtzeit-Datenaustauschs mit dem Warenwirtschaftssystem neue Multikanal-Angebote wie „Click & Reserve“ ermöglicht. Damit kann ein Kunde im Marinepool-Webshop Mode aus der neuen Ocean Kollektion bestellen und sie sich ohne zusätzliche Versandkosten in den Flag-Ship Store in Planegg liefern lassen. Dort probiert er sie an und nimmt sie bei Gefallen auch gleich mit. Die Bezahlung erfolgt ebenfalls vor Ort.

Mit der retail.red App für eine frische Brise sorgen

„Shopgate hat alle Klippen umfahren“, ist Lindecke zufrieden. „Etwa, als wir während der Einführung von retail.red eine neue Shop-Agentur ins Boot geholt haben, was natürlich zu zusätzlichen Abstimmungsaufwand geführt hat.“ Mittlerweile ist retail.red seit mehreren Monaten in Betrieb und Marinepool kann so seinen Webshopbesuchern die Option „Click & Reserve“ anbieten. Bei jeder neuen Reservierung erhalten die Mitarbeiter im Geschäft eine Pushnachricht. In den ersten zwei Monaten haben mehr als 75 Prozent der Marinepool-Kunden, die über „Click & Reserve“ bestellt haben, das Ladengeschäft besucht, um die Ware zu begutachten. Rund zwei Drittel von ihnen haben sie dann auch erworben. „Unser Personal vor Ort nutzt zudem gern die Fulfillment-Funktion von retail.red, um sich sehr schnell einen Überblick über die Bestände im Lager zu verschaffen“, berichtet Lindecke. „Bei unserem großen Portfolio ist das eine enorme Erleichterung.“

Pandemiebedingter Gegenwind

Vor Beginn des Produktivbetriebs hatte Shopgate den „Click & Reserve“-Prozess an die Besonderheiten in Zeiten von Corona angepasst. Automatisiert erhalten die Kunden nach der Reservierung eine E-Mail, in der sie gebeten werden, einen Besuchstermin zu vereinbaren, und die über weitere aktuelle Regelungen informiert. „Das bislang Erreichte stimmt uns zuversichtlich, in normalen Zeiten, also wenn die Besucher wieder ohne Termin und die ganzen Schutzmaßnahmen ins Geschäft kommen dürfen, über „Click & Reserve“ zusätzliches Business zu generieren“, blickt Kai Lindecke voraus. „Denkbar ist dann auch, „Click & Reserve“ bei Messen und Veranstaltungen sowie in unserer französischen Filiale einzusetzen.“

Omnichannel-Lösung retail.red mit selbsterklärendem Kompass

Hygienemaßnahmen stellen auch bei Schulungen vor Ort eine große Herausforderung dar. Dank der intuitiven Bedienung stellte dies jedoch kein Problem dar: Shopgate hat den Nutzern programmierte Mobilgeräte zur Verfügung gestellt und die Handhabung der App via Webkonferenz erklärt. Als vorteilhaft hat sich dabei der MVP-Ansatz (Minimum Viable Product) von Shopgate erwiesen. „Unsere Mitarbeiter kommen sehr gut mit der App zurecht und nutzen sie gern“, so das Fazit von Kai Lindecke. „Die leistungsfähigen Lösungen von Shopgate – Shopping App und retail.red – werden uns helfen, nach dem Lockdown wieder volle Fahrt aufzunehmen.“

Minimum Viable Product (MVP)



Marinepool hat den Kurs in Richtung Erfolg fest im Blick. Wann brechen Sie auf?

Wir unterstützen Sie gerne auf Ihrer Reise als zuverlässiger Partner! Dabei profitieren Sie vor allem von unserem Minimum Viable Product (MVP) Ansatz. Dieser ist fix erklärt: wir setzen zu Beginn unserer Zusammenarbeit auf eine schnelle Softwarelösung mit dem größten Mehrwert für unsere Kunden. Diese entwickeln wir zusammen mit Ihnen iterativ immer weiter und erschaffen so ein Produkt, welches perfekt zu Ihnen passt!



Kontakt
Sales Team



+49 (0) 6033 - 7470 200



sales@shopgate.com



Martin
Neumann



Miriam
Steuernagel



David
Hemken

Wir helfen Ihnen gerne bei offenen Fragen weiter!

DEMO BUCHEN