

SPOT-A-SHOP

SPOT-A-SHOP erzielt mit Suchmaschinenmarketing 500 % mehr Klicks und weitet sein Geschäft aus

Über SPOT-A-SHOP

- Gründung im Jahr 2015
- Hauptsitz in Helsinki
- www.spot-a-shop.fi
- www.spot-a-shop.de
- www.spot-a-shop.fr

Die Ziele

- Erweiterung des Geschäfts um zwei internationale Märkte im kommenden Jahr
- Zu einem der führenden Unternehmen im Online-Einzelhandel werden
- Steigerung des Unternehmenswachstums in den nächsten zwei Jahren um das 10-Fache

Der Ansatz

- Einführung von Suchmaschinenmarketing
- Festlegung des Ziel-CPA (Cost-per-Acquisition)
- Kampagnenoptimierung im Hinblick auf nachhaltiges Wachstum

Die Ergebnisse

- 500 % mehr Klicks bei 30 % niedrigerem CPC (Cost-per-Click) in Finnland
- Positionierung auf zwei neuen Märkten innerhalb eines Jahres nach Unternehmensgründung

SPOT-A-SHOP bietet eine Plattform für die besten Mode- und Sport-Onlineshops. Hier finden Kunden die besten Rabatte und Schnäppchen an einem Ort. Das Unternehmen begann als minimalistisches Lean Start-up und beschränkte sich zunächst auf ganz grundlegende Funktionen. "Wir haben unser Konzept zunächst mit dem Basisprodukt getestet und im Anschluss weiterentwickelt", so CEO Jesse Jyläs. "Die iterativen Testergebnisse bildeten die Grundlage für unsere Unternehmensstrategie."

Einer der wichtigsten Aspekte war der internationale Export. "Das Basisprodukt und seine Einführung starteten wir in Finnland. Es stellte sich aber sehr schnell heraus, dass der Markt zu klein war für unser Unternehmen. Das Konzept war darauf ausgelegt, mehrere Länder innerhalb einer kurzen Zeitspanne zu erreichen."

Mehr Geschäftsmöglichkeiten mit digitalem Marketing

Das Team von SPOT-A-SHOP arbeitete einen gut durchdachten Plan für das Unternehmenswachstum aus. "Google GET und unsere internen Analysen bildeten eine gute Entscheidungsgrundlage dafür, welche Märkte wir als Nächstes anvisieren wollten", erläutert Jyläs. "Wir führten verschiedene Studien durch, um mehr über das Nutzerverhalten, grundlegende Modetrends, das Marktpotenzial und die Wettbewerbssituation zu erfahren. Im Anschluss analysierten wir die Geschäftschancen in verschiedenen Märkten."

Das erklärte Ziel von SPOT-A-SHOP ist es, internationale Kunden zu gewinnen. Mit Google AdWords kann das Unternehmen relevante Zugriffe im richtigen Moment des Kauftrichters erfassen. "Mit dem Suchmaschinenmarketing konnten wir bei Einhaltung unseres festgelegten Ziel-CPAs viele Neukunden gewinnen und unser Unternehmen schnell auf neuen Märkten positionieren. Wir legen den Ziel-CPA auf einen für uns erschwinglichen Betrag fest und optimieren unser Vorgehen immer auf einen bestimmten Zweck hin, um unsere ROI-Ziele zu erreichen. Und mit Google können wir dies kanalübergreifend umsetzen", so Jyläs.

Die Kosten auf diese Weise einzudämmen, war ein wichtiger Schlüssel zum Erfolg für das junge Unternehmen. "Wir konnten die CPAs senken und auf einem für uns akzeptablen Niveau halten. So hatten wir die Möglichkeit, unser Geschäft schnell und effizient zu erweitern. Da wir die festgelegten Ziel-CPAs einhalten konnten, war es möglich, die Marketingausgaben zu erhöhen und weitere Google-Kanäle zu nutzen. Das war für uns als Start-up-Unternehmen in der ersten Wachstumsphase extrem wichtig."

“Die vielfältigen Exporttools und auch die Unterstützung von Google waren beeindruckend.”

Jesse Jyläs, CEO bei SPOT-A-SHOP



Die Bedürfnisse der Nutzer stehen an erster Stelle

Im Zuge der Erschließung neuer internationaler Märkte optimiert SPOT-A-SHOP seine Website für die Nutzung auf allen Geräten. “Wir haben unsere Website von Beginn an mit Responsive Webdesign erstellt, da Mobilgeräte für unser Geschäft eine wichtige Rolle spielen”, sagt Jyläs. “Die Bedeutung von schnellen Ladezeiten auf Mobilgeräten, insbesondere in der Modebranche, war uns von Anfang an klar. Bei SPOT-A-SHOP finden Nutzer schnell und problemlos Schnäppchen in einem riesigen Produktangebot. Wir möchten sicherstellen, dass dies auch in Zukunft der Fall ist.” Dank mobiler Werbekampagnen erfolgen heute bis zu 45 % der Websiteaufrufe von SPOT-A-SHOP über Smartphones.

Auf die Frage, welche Faktoren zum schnellen und großen Erfolg des Unternehmens geführt haben, antwortet Jyläs: “Das Konzept ist ganz einfach. Nutzer können jede Menge sparen, wenn sie Mode online bei uns einkaufen.

Bei SPOT-A-SHOP finden Nutzer die günstigsten Schnäppchen in verschiedenen internationalen Onlineshops. Sie wissen die große Auswahl an heruntergesetzten Produkten auf unserer Webseite sehr zu schätzen.”