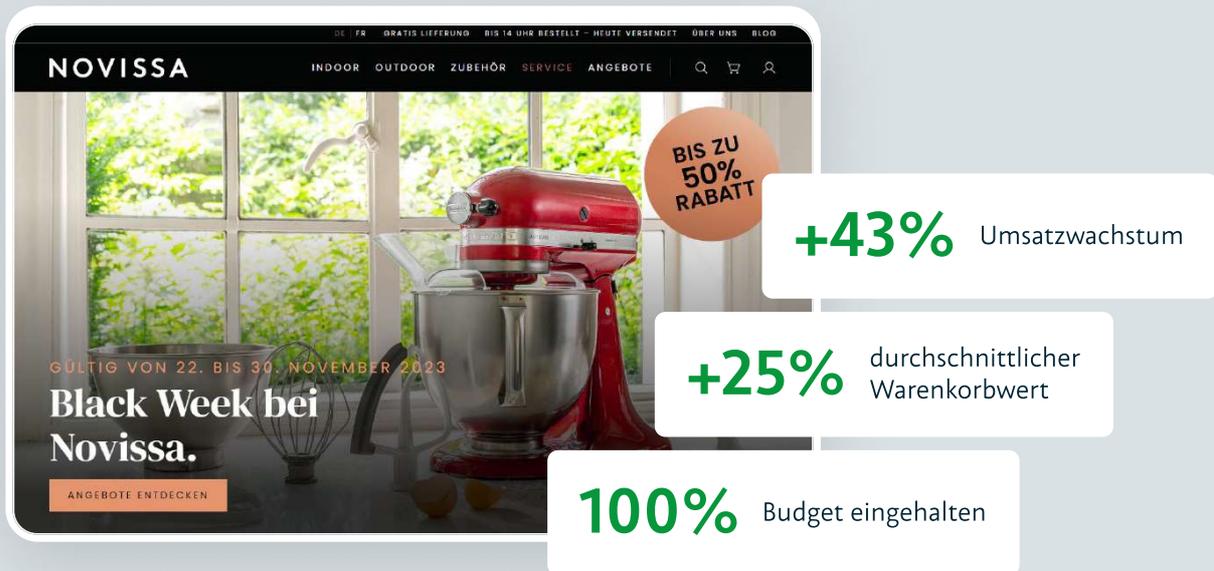


CASE STUDY

Novissa mit 70% Wachstum an Besuchern



Vorteile durch Shopware

Optimiert auf Verkäufe und Konversionen

Schnelle Ladezeiten, ein anpassbarer Checkout-Prozess, Individualisierungsmöglichkeiten und zahlreiche Cross- und Upselling-Funktionen: die Vorteile von Shopware 6 sind riesig – und bringen rasch messbare Ergebnisse.

In nur 5 Monaten zum neuen Shop

Shopware 6 ist Modular, flexibel und bietet zahlreiche Integrationen. Dies erleichtert auch unsere Arbeit und führte in diesem Projekt dazu, dass der neue Shop in weniger als einem halben Jahr live gehen konnte. Ebenfalls war unsere Arbeit planbar und wir konnten das Budget einhalten.

Alles an einem Ort

Endlich ein Backend, mit dem Kunden ihr MarTech im Griff haben. Von der Anbindung an CRM, Marketing Automation und Analytics bis hin zu dynamischen Produktempfehlungen und A/B-Tests: Mit Shopware 6 lässt sich jeder Onlineshop einfach verwalten.

Software, die mitdenkt

Genaueres Arbeiten und Detailverliebtheit sind im E-Commerce sehr wichtig. Aber wenn ein Fehler passiert und zum Beispiel Metadaten zu Produkten oder Bildern vergessen gehen, füllt Shopware diese automatisch ab. Und auch die Kundenklassifikation erfolgt AI-basiert.

Kurz & knapp

▶ Shopware Version

Shopware 6

▶ Unternehmen

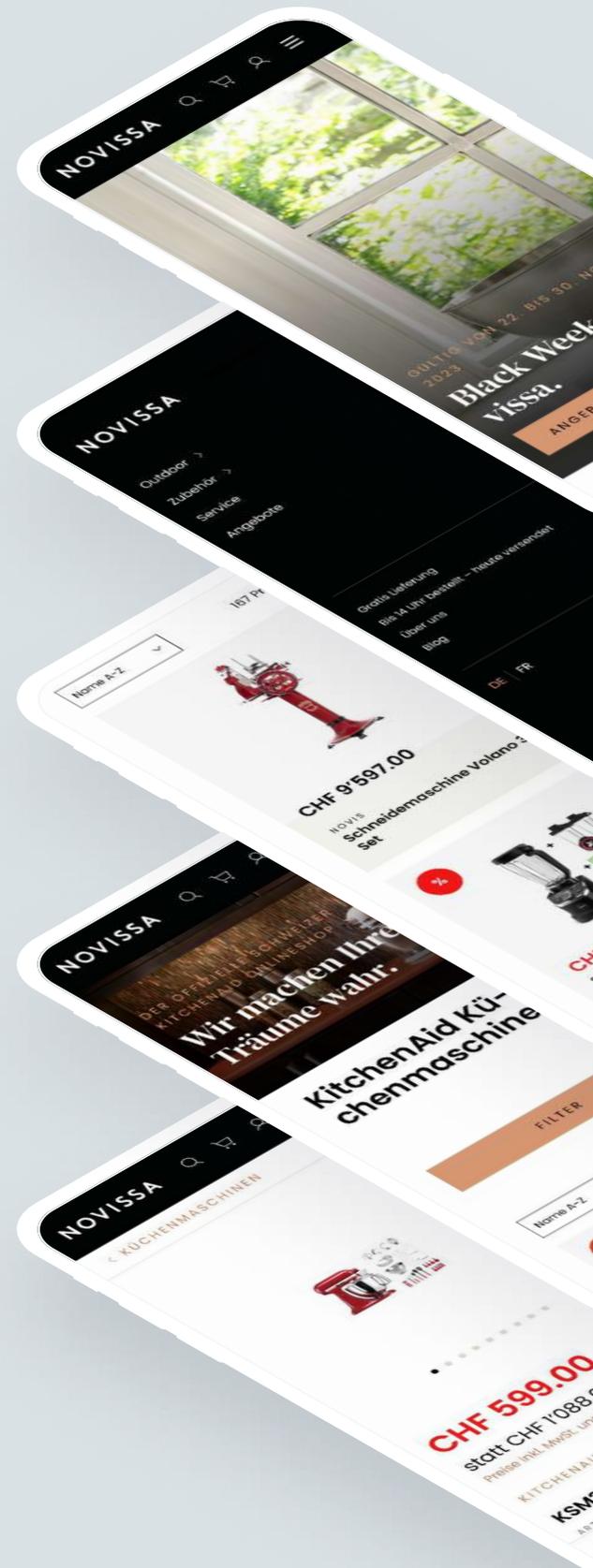
Die Schweizer Generalimporteurin Novissa vertreibt zahlreiche Premium-Brands im Indoor- und Outdoor-Cooking-Bereich. KitchenAid, Novis und The Bastard sind nur drei Beispiele dafür. Novissa startete als klassische B2B-Händlerin, erhöht aber seit 2020 dank novissa.ch den B2C-Anteil kontinuierlich.

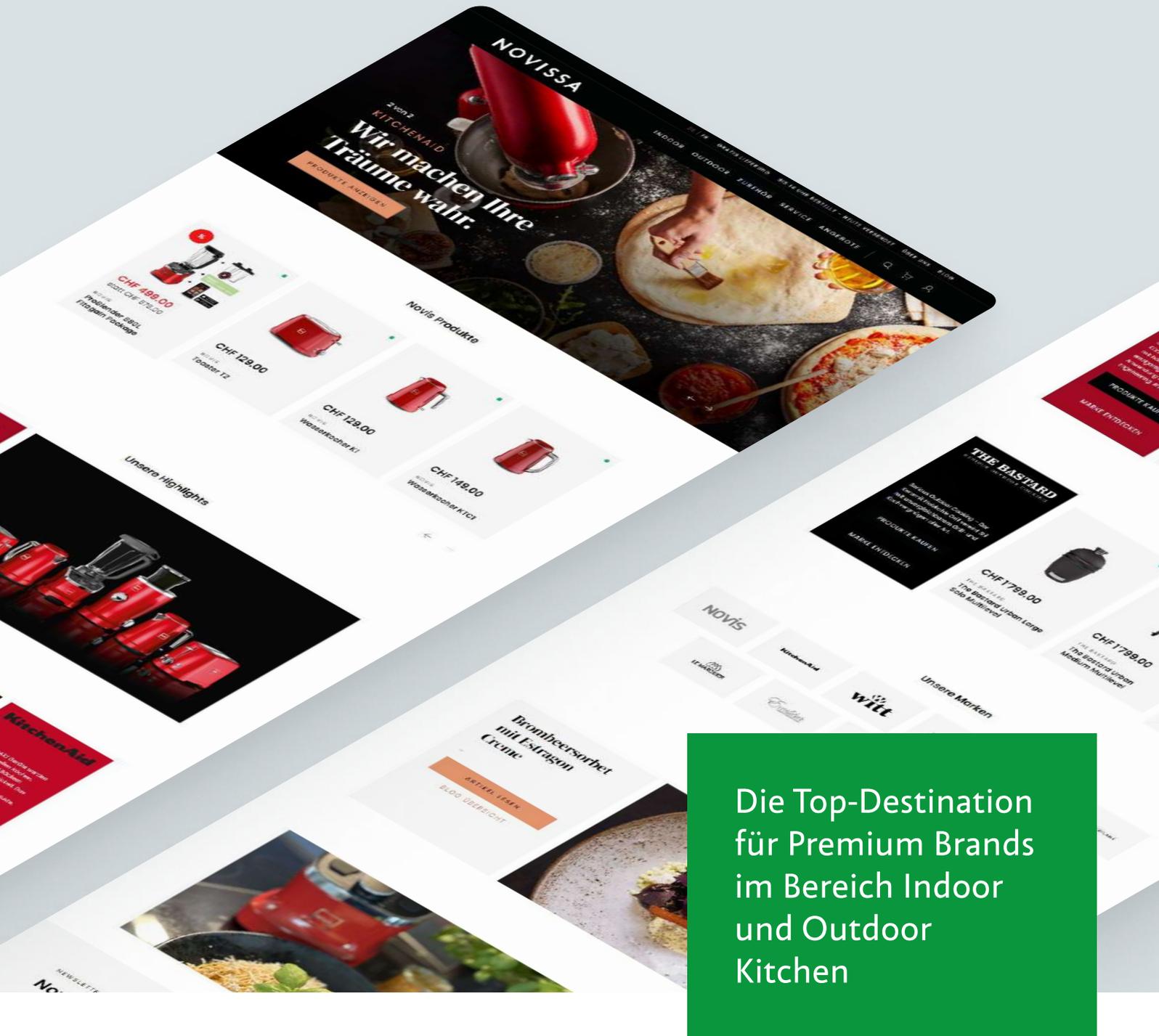
▶ Merkmale

- B2C-Shop
- Programmierung und MarTech vereint
- Integration von Reparaturservice, Zubehör und Ersatzteilen
- Angebotsseiten mit frechen Deals
- Mehrmarkenshop (KitchenAid, Novis, The Bastard, Witt Pizza, Le Marquier etc.)
- Zweisprachiger Onlineshop (DE/FR)

▶ Technische Features

- 7 eigene Plug-ins entwickelt
- Integration weniger externer Plug-ins
- OpenSearch als Suchmaschine
- Redis Cache zum Zwischenspeichern der Daten
- Integration mit Salesforce





Novissa: ein Premium-Shop für einen Premium-Händler

Wer gerne kocht, liebt alles von Novissa: die Küchengeräte, Grills und Öfen sind äusserst hochwertig. Im B2B-Bereich hat sich Novissa als Generalimporteurin schon lange etabliert, jetzt wollte das Unternehmen dahinter auch den immer wichtiger werdenden B2C-Markt erobern.

Die Herausforderung: der bestehende Shop performt nicht

Mehrere Punkte standen dem angestrebten Wachstum im Weg:

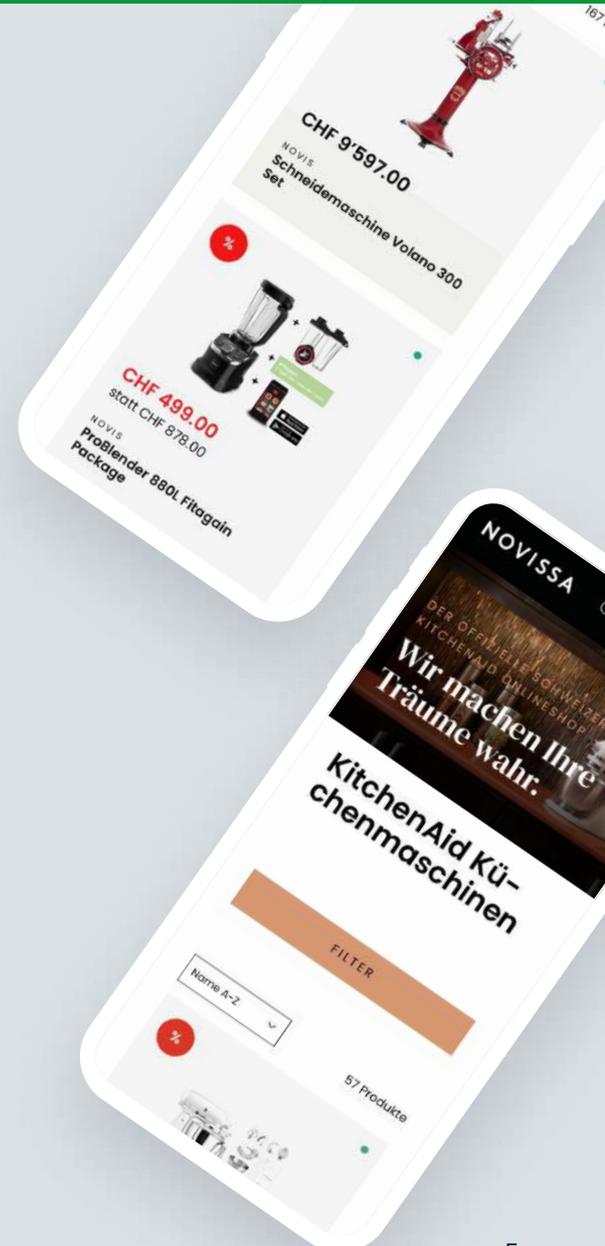
- Die Marke Novissa war Endkunden zu wenig bekannt, da sie sich lange ausschliesslich auf B2B fokussiert hatte.
- Der bestehende Shop wirkte eher wie ein digitaler Katalog, als dass er zum Einkauf einlud.
- Zwar basierte der Shop auf Shopware 6, doch er schöpfte bei weitem nicht das volle Potenzial aus.

Die Lösung: neues Design, neues E-Commerce, neues MarTech

Novissa entschied sich, eine renommierte Designagentur mit einem kompletten Redesign des Brandings zu beauftragen. Im Frühjahr 2023 wurden wir beigezogen. Basierend auf dem neuen Auftritt vereinbarten wir, den neuen Onlineshop auf Black Friday zu realisieren und so die Wachstumsphase einzuläuten.

Trotz des engen Timings wollten wir unsere Qualitätsansprüche nicht herunterschrauben. Präzise und eng am Shopware-Standard programmierten wir den Shop von Grund auf neu. Parallel während der Entwicklung begannen wir mit unseren MarTech-Arbeiten und stellten sicher, dass alle Integrationen zum Launch bereit waren.

Trotz der knappen Zeitvorgabe von 5 Monaten wollten wir unsere Qualitätsansprüche nicht vernachlässigen und eine präzise und am Shopware

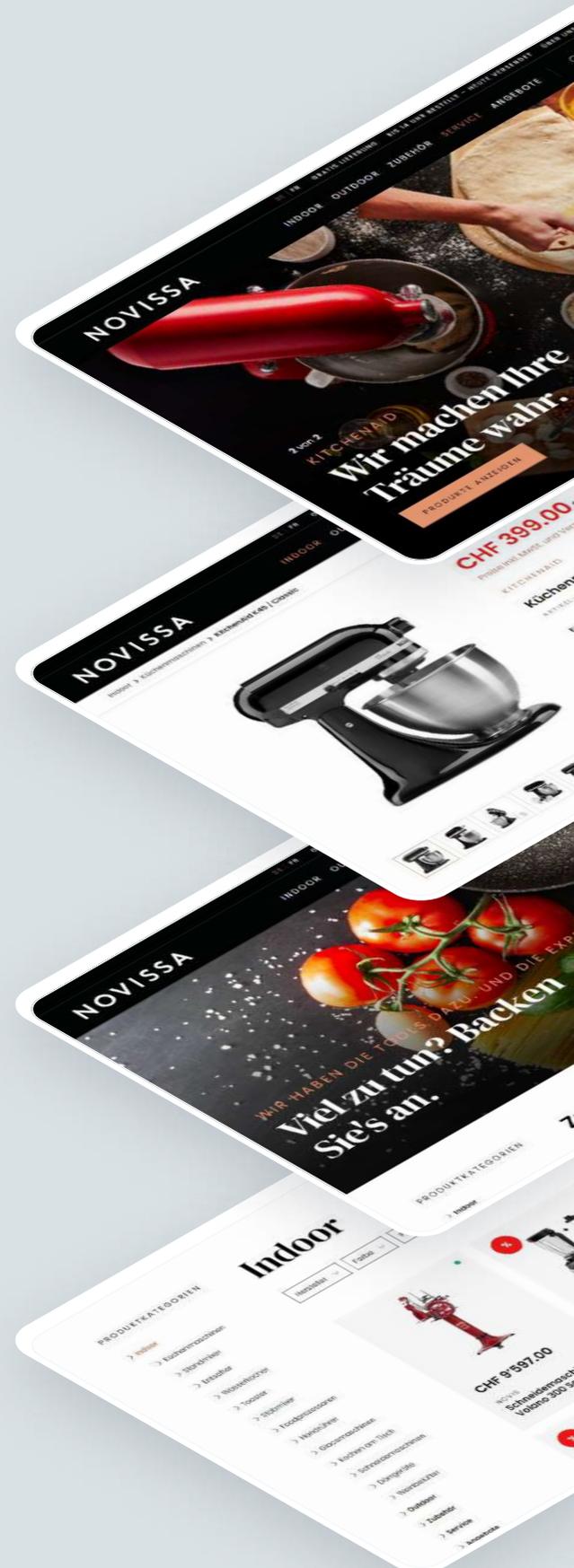


Das Resultat: rascher Erfolg, langfristige Perspektiven

Nicht nur gelang es uns, mit dem neuen Shop eine Woche vor Black Friday live zu gehen. Unsere eigenen Erwartungen wurden massiv übertroffen:

- ▶ Novissa konnte die Sichtbarkeit verdreifachen
- ▶ Der Umsatz im ersten Jahr wuchs um 43%
- ▶ Der durchschnittliche Warenkorb wuchs um 25%

Damit schufen wir die perfekte Grundlage für den erfolgreichen B2C-Vertrieb in den nächsten Jahren. Wir rechnen damit, dass unser Shop über die nächsten fünf oder gar zehn Jahre die gewünschte Performance liefern sollte und keine grösseren Überarbeitungen nötig sind.



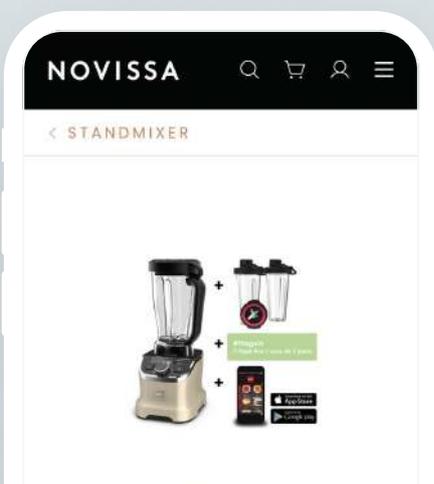
Shopware 6: perfekt für MarTech

Einer der Gründe, warum der Relaunch von Novissa so erfolgreich war, ist die Marketing-Tech-Integration von Shopware 6.

So bietet das Backend ein übersichtliches Dashboard. Von hier aus kann man alle Produkte pflegen und die Verkaufskanäle verwalten. Was früher aufwändige Handarbeit an mehreren Orten war, lässt sich heute in wenigen Klicks anpassen. Das spart nicht nur Zeit, sondern auch Nerven.

Novissa kann jetzt Produktfeeds für externe Marktplätze wie das Google Merchant Center oder den Meta Produktkatalog generieren. Ganz einfach lassen sich für jeden Feed vorgefilterte dynamische Produktgruppen definieren, so dass man als Händler nur diejenigen Produkte auf externen Plattformen präsentiert, die sinnvoll sind. Das Beste daran: All dies geht ohne Plug-in.

Die Feeds erlauben auch eine einfache Anpassung des Templates und der Generierungsintervalle an jede Plattform.



Dank Shopware 6 wird SEO einfacher

Wir von Webwirkung schätzen die standardmässigen Kategorie- und Produktseiten von Shopware 6 sehr. So kommt jeder Shop automatisch mit einer sauberen Datenstruktur daher, was die Anzeige bei Google begünstigt.

Die Produktseiten von Shopware sind bereits Rich-Snippet-tauglich, das heisst, sie senden die wichtigsten strukturierten Daten (Produktbilder, Eigenschaften, Bewertungen, Aktionspreise etc.) an Google. Dies macht es wahrscheinlicher, dass das Suchresultat geklickt wird.

Für Novissa benutzten wir zur weiteren Anreicherung der Produktdaten das Plug-in SEO-Professional. Damit konnten wir die Kategorie- und Produkt-Metadaten via Bulk-Upload und Schablonen abfüllen. Also per Knopfdruck für Tausende von Produkten. Textschablonen mit Platzhaltern wie «Produktname» sparen Arbeit, ermöglichen Individualisierung und minimieren Fehler.

Über das Plug-in sehen wir stets auf welchen Seiten welche Metadaten zum Einsatz kommen. Das Management dieser Daten ist also viel einfacher geworden.

Was uns ebenfalls beeindruckt, ist, dass Shopware 6 automatisch den Seitentitel und die ersten Worte des Seiteninhalts verwendet, wenn jemand vergisst, Meta-Titel und -Beschreibungen zu hinterlegen. So sind also stets Metadaten vorhanden, oft sogar von hoher Qualität.

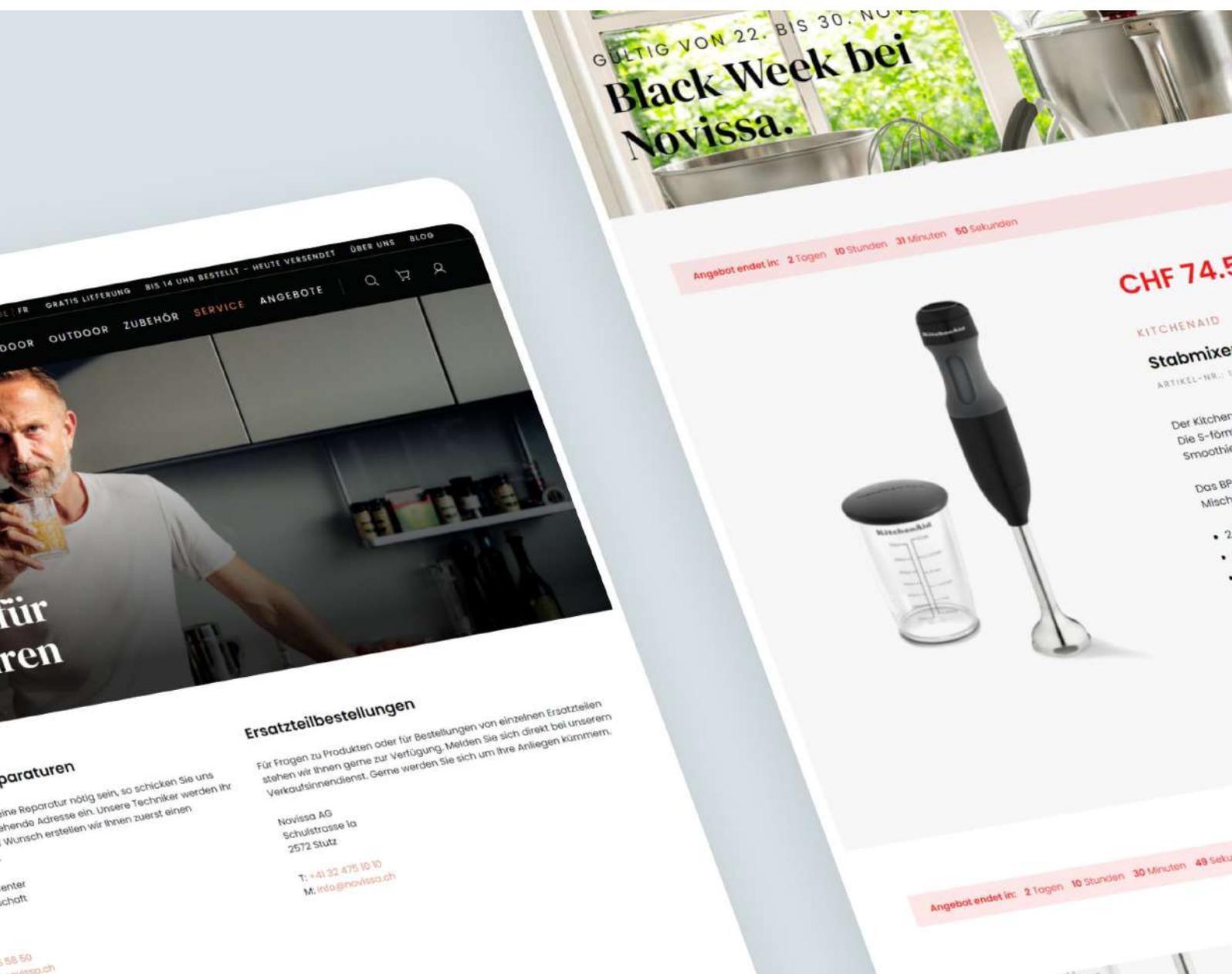
Shopware 6 macht Google Analytics 4 leistungsfähiger

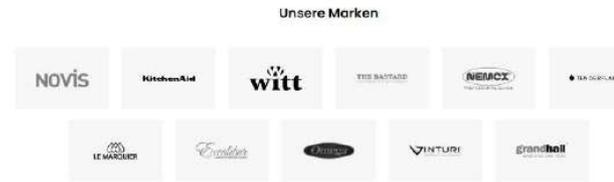
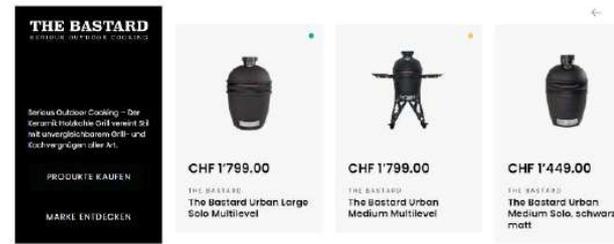
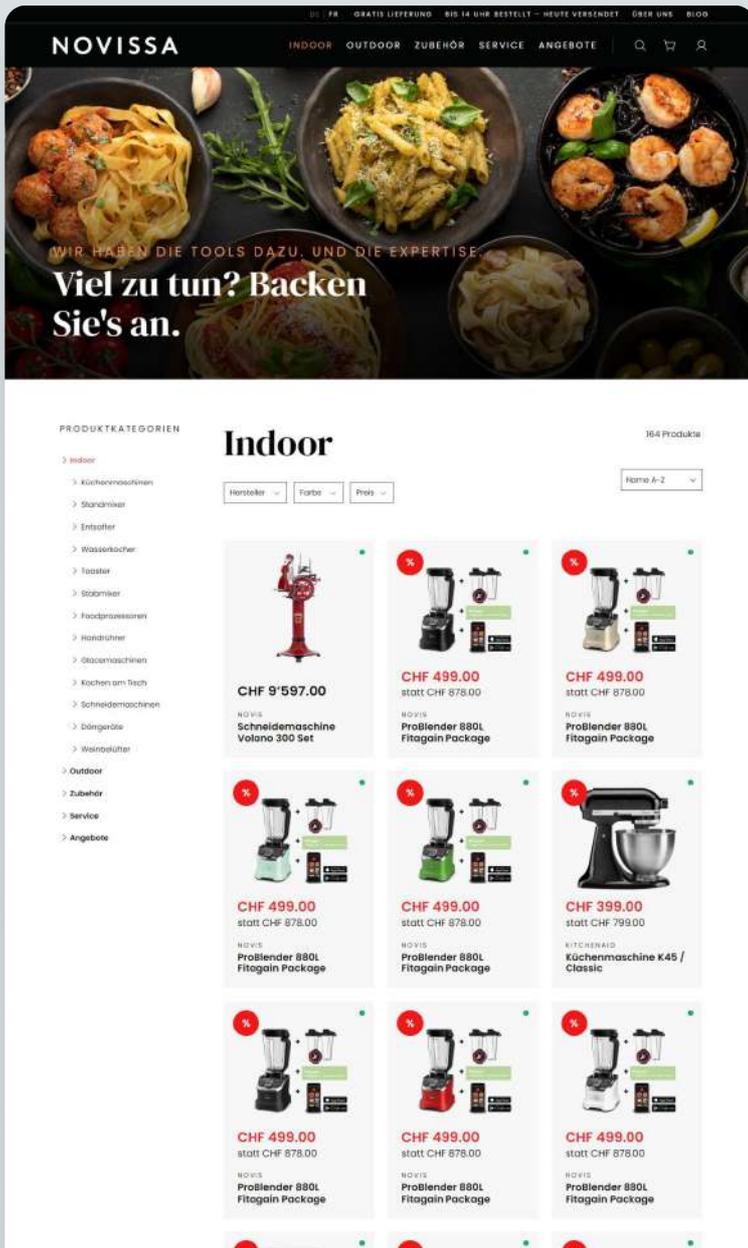
Apropos Default: Shopware 6 gehört zu den Shopsystemen, die mit ihrer Basisintegration bereits alle relevanten E-Commerce-Events an Google Analytics 4 sendet. So wird das Setup zum Kinderspiel und Sie benötigen kein weiteres Plug-in.

Was wir besonders toll finden: Für jeden Verkaufskanal lässt sich ein separater g-tag einsetzen. So können Sie Ihre Shopdaten sauber tracken.

Unsere Lösung für den Google Tag Manager

Eine der wenigen Ausnahmen, wo Shopware 6 keine eigene Lösung anbietet, ist der Google Tag Manager. Hier helfen wir gerne aus. Bei allen unseren Custom Themes erweitern wir die Konfiguration so, dass unsere Kunden ihren GTM-Code ganz einfach im Backend-Editor einsetzen können. Er wird automatisch sauber in <head> und <body> integriert. Natürlich ermöglichen auch wir ein separates Management des Tags für jeden Verkaufskanal.





NEWSLETTER ABSCHEIKEN
Novissa News

Datenauswertung mit Shopware 6

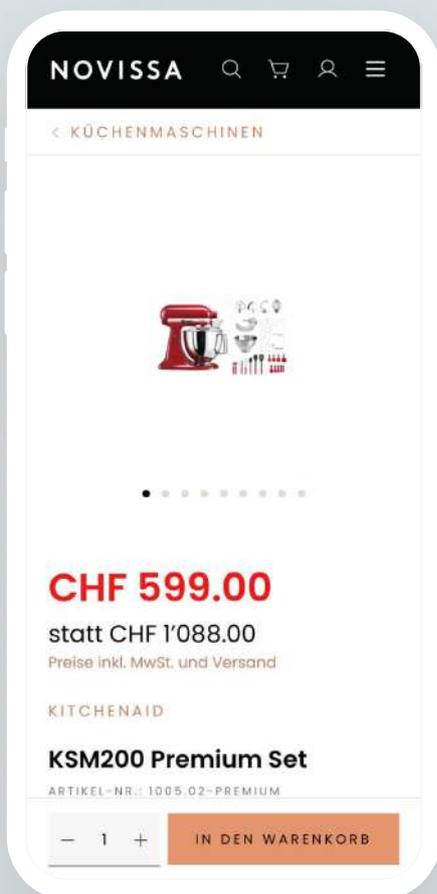
Eine der grössten Schwächen von Shopware ist die Datenauswertung fürs Marketing. Wer weiss, vielleicht kommt das ja in Shopware 7.

Um dieses Problem für unsere Kunden zu lösen, haben wir einen Connector zwischen Shopware 6 und dem Google Looker Studio erstellt. Dieser exportiert automatisch die wichtigen Verkaufszahlen. Im Looker Studio sind der Visualisierung dann keine Grenzen mehr gesetzt: Unsere Kunden haben den ultimativen Überblick über alle relevanten Kennzahlen des Onlineshops und können auch einfach vertiefte Auswertungen vornehmen.

Wie geht es weiter mit dem B2C-Shop von Novissa?

Nach dem erfolgreichen Relaunch streben wir an, mit Novissa weiter zu expandieren. Dazu möchten wir nicht nur die Besucherzahl erhöhen, sondern auch die Conversions steigern – genauso wie die Loyalität der bestehenden Kunden.

Deshalb planen wir ein Upgrade auf Shopware Evolve. Dies bietet Novissa folgende zusätzliche Features:



- ▶ CMS-Regeln und Rule Builder ermöglichen benutzerspezifischen Inhalt
- ▶ Publisher für einen transparenten Aktivitätslog
- ▶ AI Copilot zur Optimierung von Bild-ALT-Texten
- ▶ Advanced Search für präzise Indexierung
- ▶ Form Builder für benutzerdefinierte Formulare per Drag-and-Drop
- ▶ B2B Components für eine verbesserte B2B-Plattform mit mehreren Logins pro Kunde

Zudem prüfen wir gerade, ob und wie wir die bestehende B2B-Plattform von Novissa verbessern und auch dort die Performance steigern können.

webwirkung

Haben Sie Fragen oder Anfragen?

Wir freuen uns über beides. Sie erhalten von
uns rasch eine Antwort.

Anfrage hinterlassen