



Schnell die richtigen Ersatzteile finden

Mit nur einer Suchanfrage gleich zum passenden Produkt: Das ist im B2B-Handel oft keine Selbstverständlichkeit, weil die Produkte meist sehr speziell sind. Klickparts, ein Onlineshop, der Ersatzteile für Baumaschinen verkauft, hat diese Herausforderung gelöst

SUSANN NAUMANN

Luftfilter, Wasserabscheider, Schalldämpfer, Hydraulikpumpen – der Produktkatalog von Klickparts.com wendet sich an eine ganz spezielle Zielgruppe: Bauunternehmen und Werkstätten, die passende Ersatzteile und Wartungsprodukte für Baumaschinen suchen. Rund 120.000 Artikel sind derzeit im Onlineshop gelistet. In den kommenden Monaten soll das Sortiment auf etwa 500.000 Artikel ausgebaut werden.

Die Klickparts GmbH mit Sitz in Hallbergmoos bei München ging im April 2019 an den Start und ist gerade ein Jahr alt geworden. Umsatzzahlen verrät Geschäftsführer Stephan Bäumler zwar nicht, mit dem ersten Geschäftsjahr sei er jedoch zufrieden,

sagt er. Während sich andere Anbieter am Markt in der Regel entweder auf bestimmte Marken oder auf Produktgruppen spezialisiert haben, tritt Klickparts.com als herstellerunabhängiger Webshop für Ersatzteile für Baumaschinen auf.

Bäumlers Ziel ist es, dass Shopbesucher in möglichst kurzer Zeit beim richtigen Produkt landen: „Der Ersatzteilemarkt ist sehr intransparent. In Folge entsteht ein hoher Rechercheaufwand für den User. Unser Ansatz ist es, durch eine effiziente Suche den User so schnell wie möglich zum gewünschten Produkt zu bringen und gleichzeitig Alternativen in Preis und Qualität anzubieten“, erklärt der Geschäftsführer.

Foto: Klickparts

Wer den Shop besucht, dem fällt sofort das Freitextfeld für die Suche ins Auge. Es ist zentral oben im Shop platziert und zieht den Blick des Besuchers an, weil dort diese Aufforderung durchläuft: „Original Ersatzteilnummer, Ersatzteil, Gerätetyp, Artikelnummer oder Hersteller eingeben“. Der Nutzer wird sozusagen mit der Nase darauf gestoßen, dass er das gesuchte Produkt am besten gleich in die Suche eintippt. „Eine Standardsuche wäre aufgrund der Komplexität der Produktdaten an ihre Grenzen gestoßen. Deshalb haben wir uns für einen Anbieter entschieden, der alle Optionen in einem Suchfeld mit entsprechenden Suchvorschlägen abbilden kann“, berichtet Bäumler.

Ein Freitextfeld für alle Suchoptionen

So ist es bei Klickparts möglich, über das zentrale Freitextfeld zum Beispiel nach der Artikelnummer eines bestimmten Herstellers zu suchen. Dem Besucher werden aber gleichzeitig alternative Ersatzteile anderer Hersteller präsentiert. Sucht der User dagegen nach einer bestimmten Maschine, werden ihm alle im Shop verfügbaren Produkte für diese Maschine angezeigt.

Um die passende Suchtechnologie für den Shop zu finden, hat Klickparts die eigenen komplexen Anforderungen zusammengefasst und mit bestehenden Lösungen am Markt verglichen. Eine Eigenentwicklung kam nicht infrage. Das Rennen machte schließlich „Fact-Finder“ von Omikron. Die Entscheidung für Omikron fiel laut Bäumler aufgrund von Qualität, Flexibilität, Preis, Steuermöglichkeiten sowie Modularität beziehungsweise Anbindung an den Shop. Die zusätzlichen Kampagnenfunktionen sowie die Unterstützung bei der Implementierung und Optimierung haben ihn ebenfalls überzeugt.

Zuvor wurden zahlreiche Omikron-Referenzen auf „Herz und Nieren“ geprüft, wie es Bäumler ausdrückt. Eine davon ist die Denios AG. Der Spezialist für betrieblichen Umweltschutz und Arbeitssicherheit setzt seit acht Jahren Fact-Finder ein und erzielt nach eigenem Bekunden bei Shopbesuchern, die die Suche nutzen, 150 Prozent mehr Conversions.

Suchtechnologie lernt mit

Dass im B2B-Geschäft die Suche über nur ein einziges Suchfeld erfolgen sollte, ist laut Carsten Kraus, Geschäftsführer Omikron, alternativlos. „Im B2C-Bereich für Kfz-Ersatzteile wird die Suche zum Beispiel häufig mit zusätzlichen Filtern und separaten Suchboxen gelöst. Das ist vergleichsweise unkomfortabel und sollte für B2B-Kunden vereinfacht werden. Denn gerade im B2B-Bereich



Stephan Bäumler,
Geschäftsführer Klickparts

ÜBER KLICKPARTS

- Klickparts.com ist ein herstellerunabhängiger Webshop für Ersatzteile für Baumaschinen.
- Start: April 2019
- Herausforderung: komplexe Produktdaten; Kunden sollen schnell zum gesuchten Produkt finden, unabhängig davon, wie viele Informationen sie dazu bereits haben.
- Shop-Software: E-Shop Enterprise Edition von Oxid
- ERP-System: SAP Business One
- PIM-Produktdatenbank: Incony

reich ist Zeit ein entscheidender Faktor beim Einkauf“, stellt er fest. Für Schnelligkeit soll zudem der selbstlernende KI-Algorithmus von Fact-Finder sorgen. Dieser passt die Sortierung der Ergebnisse bei Klickparts selbstständig an. Da die Technologie aus dem Nutzerverhalten lernt, werden die für den Kunden relevantesten Artikel ganz oben gelistet. „B2B-Kunden wissen häufig bereits vor der Suche, was sie kaufen möchten. Sie wollen keine lange Entdeckungsreise durch den Onlineshop unternehmen“, weiß Kraus aus Erfahrung. Um den Nutzern die Eingabe so einfach wie möglich zu machen, kommen bei Klickparts Tools wie die Suggest-Funktion von Fact-Finder zum Einsatz. Bei der Suggest-Funktion schlägt der Shop dem Kunden bereits bei der Eingabe der ersten Buchstaben passende oder ähnliche Suchbegriffe vor. Das funktioniert nach Angaben von Omikron auch bei Zahlendrehern oder Tippfehlern.

Komplexe Anforderungen

Generell sind die Anforderungen an eine Suchlösung im B2B-E-Commerce höher als im B2C-Bereich. Das liegt zum einen an den komplexeren Bezeichnungen der Artikel, durch die sich oft Schreib- und Tippfehler einschleichen. Deshalb muss die Suchtechnologie eine höhere Fehlertoleranz aufweisen. Zum anderen sollte die Suche unterschiedliche Zielgruppen berücksichtigen: Während Stammkunden ihren Einkauf schnell und unkompliziert tätigen möchten, haben Neukunden gegebenenfalls einen höheren Beratungsbedarf. In diesem Fall kann die Suche durch gezielte Beratungsangebote oder zusätzlichen Content unterstützt werden. Und schließlich muss für internationale Shops die Suche eine sprachunabhängige, gleichbleibende Qualität garantieren.

Bei Klickparts wurde das von Anfang an berücksichtigt, sodass die Plattform künftig auch für internationale Märkte erweitert werden kann. Der „Worldmatch“-Suchalgorithmus ermöglicht es, sprachenunabhängig zu suchen. Das funktioniert über einen gleichzeitigen und fehlertoleranten Schriftzeichenvergleich der verschiedenen Sprachen – und so erkennt das System selbst eine Sucheingabe etwa in Mandarin oder auf Arabisch.

Aktuell nutzen nach Angaben von Klickparts rund 70 Prozent der Seitenbesucher die Suchfunktion, sodass die Qualität der Suche die Conversion-Rate im Shop stark beeinflusst. ←