

OUTTRA



© Hansi Heckmair

Case Study ORTOVOX

JEDE HERAUSFORDERUNG BIETET POSITIVE PERSPEKTIVEN



Professionell, fachhandelstreu, sowie kunden- und serviceorientiert stellt sich ORTOVOX dem sich durch verschiedenste Einflüsse veränderten Einkaufsverhalten und nutzt die sich daraus bietenden Chancen. Dazu gehört die strategische, synergie-reiche Verknüpfung verschiedener Informations- und Vertriebskanäle die OUTTRA im Portfolio hat.



HERAUSFORDERUNG

Die etablierte Bergsportmarke ORTOVOX, die mit trendigen Qualitätsprodukten für höchstmöglichen Schutz am Berg steht, plante im Frühjahr 2020 den Launch einer neuen Webseite. Damit sollte nicht nur die eigene Position gestärkt werden, sondern auch die der Fachhandels-Partner. Vor allem auch kleinere und mittelgroße stationäre Händler, die häufig nicht die Kapazitäten haben, eigene Online-Strategien zu entwickeln, sollten unterstützt werden. Es galt eine praktikable, strategische anwendbare Lösung zu finden, um die Online- mit der Offline-Welt synergiefreich miteinander zu verknüpfen. Außerdem sollte das Ergebnis auf die internationale Strategie übertragbar sein.

LÖSUNG

Das „Where-To-Buy Local“ Tool brachte nach dem Lockdown sofort mehr Traffic in den stationären Handel. Zusätzlich sorgten die „Shop Windows“ (die digitalen Schaufenster) auf der Marken-, sowie den Händler-Webseiten vom ersten Moment dafür, dass die 24/7 Online-Präsenz gestiegen ist. In den digitalen Schaufenstern wird jederzeit angezeigt, welche ORTOVOX Produkte bei dem jeweiligen Händler aktuell verfügbar sind.

Mit der Integration des automatisierten, permanent aktualisierten „Dealer Locators“ zur Händlersuche, wurde auch die manuelle Pflege aller Kundenkontaktdaten für ORTOVOX hinfällig.

Permanent und konsequent wurden und werden im engen partnerschaftlichen Austausch weitere Ideen entwickelt, um die Fachhandels-Partner flexibel,

entsprechend den veränderten Marktbedingungen, mit weiteren verkaufsfördernden und umsatzsteigernden Tools zu unterstützen. Beispielsweise unterstützte das Team von OUTTRA sehr kurzfristig das effektive „Support Your Local Dealer“ Tool, über welches ORTOVOX einen Teil seiner Online-Umsätze an vom Käufer ausgesuchte Fachhändler aus seiner Region auszahlt. Mit diesem Schritt setzte ORTOVOX ein positives Signal, das den hohen Stellenwert, den der Fachhandel bei der Bergsport-Marke hat, bestätigt.



Friederike Siegler
Team Lead B2C ORTOVOX



OUTTRA hat Lust und großes Interesse sich mit seinen Kunden permanent weiterzuentwickeln und denkt „out of the Box“. Die Zusammenarbeit ist sehr service- und lösungsorientiert, offen, ehrlich und absolut auf Augenhöhe. Jedes Thema wird von Anfang an interessiert aufgenommen, ganzheitlich betrachtet und die Bedürfnisse von Händler, Marke und Konsument werden in allen Facetten besprochen, analysiert und sofort in die Lösungsfindung integriert. Die kurzen Wege und kompetenten Ansprechpartner machen die Zusammenarbeit effektiv und einfach.



© Hansi Heckmair

ERFOLG

Durch die transparenten Auswertungen, die OUTTRA seinen Kunden zur Verfügung stellt, kann ORTOVOX jederzeit nachvollziehen, wie oft in welchem Land der „Kaufe Lokal“ Button angeklickt wurde und kann die Klickzahlen ins Verhältnis zu den Besuchern setzen. Studien belegen, dass sich, vor allem im Outdoorbereich, Kunden gerne online über Produkte informieren, um sie später vor Ort beim Fachhändler zu kaufen. Dieses Phänomen bezeichnet man als ROPO-Effekt (Research Online Purchase Offline).

Positive Händlerstimmen und Empfehlungen der Verbände sorgen für einen Multiplikatoren-Effekt, der die Anzahl der an das System angebundene Händler, stetig steigen lässt. So setzte auch die Anbindung der 80 Intersport Händler von Österreich, mit denen OUTTRA inzwischen eine Kooperation realisiert hatte, nochmals ein starkes Zeichen.

Gemeinsam stark

ORTOVOX setzt auf die Tools des OUTTRA Ökosystems, um seinen Fachhandel effektiv zu unterstützen.

VORTEILE FÜR DIE HÄNDLER

- ▶ Partizipierung an der Marken Webseite - mehr Kundenfrequenz - höheres Umsatzpotential
- ▶ Professioneller Auftritt - selbst ohne eigenen Webshop
- ▶ Digitales Schaufenster auf der eigenen Webseite ohne Pflegeaufwand
- ▶ Ressourcenschonende Lösungen - userfreundliches, serviceorientiertes Handling

VORTEILE FÜR ORTOVOX

- ▶ Professionelle, effektive Tools zur Abverkaufs-Unterstützung der Fachhandelspartner
- ▶ Umfänglicher, effizienter Endkunden-Service
- ▶ Erhöhtes Markenbranding durch zusätzliche Präsenz des Brand-Shops auf Händler-Webseiten - im einheitlichen CI
- ▶ Automatisierte, permanent aktualisierte Kundenkartei

EINGESETZTE TOOLS

- ▶ Dealer Locator
- ▶ Where-To-Buy Local
- ▶ Shop Window auf der eigenen Markenwebseite
- ▶ Shop Window auf Händlerwebseite
- ▶ Support Your Local Dealer



ÜBER OUTTRA

Das Stuttgarter Software-Unternehmen OUTTRA hat ein internationales Ökosystem kreiert, das Händler, Marken und Publisher der Outdoor- und Sportbranche synergierich miteinander verknüpft. Über eine smarte Informations-Plattform, die einen sehr hohen Servicegrad bietet, findet ein automatisierter Datenaustausch zur Vertriebs- und Marketingunterstützung aller involvierten Marktteilnehmer statt.

www.outtra.com

ÜBER ORTOVOX

ORTOVOX steht für höchstmöglichen Schutz am Berg - seit 1980. ORTOVOX versteht sich als Marke für Bergsteiger und bietet ganzjährig Produkte für Skitouren, Freeriden, Alpinklettern und Hochtouren. Die ORTOVOX Sportartikel GmbH mit weltweit 120 Mitarbeitern ist Teil der Schwanhäuser Industrie Holding GmbH & Co. KG mit Firmensitz in Taufkirchen (München).

www.ortovox.com

WEITERE REFERENZEN

Chillaz

EXPED



GONSO®

maier®
sports

MOUNTAIN
EQUIPMENT

VAUDE

ziener

IMPRESSUM

OUTTRA
81MEDIA GmbH
Ziegelbrennerstr. 5
D-70374 Stuttgart

E-Mail hello@outtra.com
Telefon +49 711 - 50 888 141 0



Jens Kreklau
Sport Conrad



Die erhöhte Sichtbarkeit durch die zusätzliche Online-Präsenz bringt uns nicht nur mehr Kundenfrequenz in unsere stationären Geschäfte und den Onlineshop, sondern auch höhere Umsätze. Ein ressourcenschonendes, effektives Tool, das uns als Fachhändler gezielt unterstützt. Ich hoffe, dass zukünftig noch mehr Marken das OUTTRA System zur Unterstützung des Fachhandels einsetzen.

