



Fallbeispiel

Start-Up Launch: Von 0 auf 600 in 7 Tagen



SilkSlide.pro

Die Welt dank sinnvoller Produkte ein kleines bisschen besser machen? Das hat sich das junge Start-up Terry & Scott als Ziel gesetzt. Denn die Lösung großer Probleme liegt manchmal tatsächlich nur in kleinen Details – kein Grund also, sich mit Status quo zufrieden zu geben. Mit ihrem Produkt, dem „Silk Slide Pro“, waren sie bereit den Markt zu erobern.

Denn – eine einfache, coole & schmerzfreie Nasenrasur, in Zusammenarbeit mit HNO-Spezialisten entwickelt - das hatte die Welt bisher noch nicht gesehen. Bereit also, um mit dem Produktlaunch durchzustarten.

Branche:
Rasierer, Hygieneartikel

Webseite:
www.silkslide.pro

Ausgangssituation

Mit dem Silk-Slide Pro stand das junge Start-up vor der Herausforderung ein neues, erklärungsbedürftiges Produkt am Markt zu etablieren. Ein passendes Vermarktungskonzept mit Fokus auf den Onlinevertrieb sollte dafür passgenau erarbeitet werden. Im Fokus stand die Realisierung eines kostenoptimierten Verkaufsprozesses.

Die Automation und Integration anfallender Geschäftsprozesse, sowie ein verkaufsoptimiertes Shopsystem sollten die Betriebskosten gering und gleichzeitig die Konvertierungsrate hoch halten. Für die Inhaber war besonders wichtig, dass der gesamte Prozess, vom Online-Auftritt bis hin zur Vermarktung, von einem Partner realisiert und umfassend betreut wurde.

Lösung

Eine erfolgreiche und schnelle Platzierung des Produktes am Markt konnte durch kurze Kommunikationswege und eine enge Zusammenarbeit realisiert werden. Durch ein strukturiertes Vorgehen, wie im Folgenden dargestellt, wurden Shop und Vermarktung optimal aufeinander abgestimmt, so dass direkt die ersten Umsätze verzeichnet werden konnten.

Schritt 1: Beratung bezüglich des zum Unternehmen und Produkt passenden Warenwirtschaftssystems

Schritt 2: Einrichtung, Integration und Umsetzung des verkaufsoptimierten Onlineshops direkt aus einer Hand

Schritt 3: Zielgruppendefinierung und darauf aufbauende Marketingberatung

Schritt 4: Vermarktung eines bisher unbekanntes Produkts durch zielgerichtete Werbemaßnahmen in den sozialen Medien unter Berücksichtigung der passenden Zielgruppenansprache

Fazit: In kürzester Zeit konnte der Produktlaunch eines neuartigen, erklärungsbedürftigen Produkts erfolgreich und lukrativ realisiert werden. Durch eine fundierte und solide etablierte Shop- und Vermarktungsstrategie können die gewonnenen Ressourcen direkt im Anschluss auf langfristiges Wachstum verwendet und das junge Start-up effektiv gestärkt werden.

Ergebnis

- Minimierter Beratungsaufwand, mehr Zeit für die Unternehmensentwicklung und den Ausbau des exklusiven Produktsortiments
- Erfolgreiche Skalierung des Geschäfts im DACH-Raum
- Vereinfachte Vermarktung der Produkte
- Lukrativer Onlineverkauf statt unrentablem Ladengeschäft, vor allem in Zeiten des Lock-downs
- Zusätzlich die Möglichkeit für den Kunden ohne regionale Bindung und Präsenz einkaufen zu können

F. Drews