

# AUFBAU, REBRANDING UND UMSATZSTEIGERUNG DES B2C E-SHOPS TOOLSTER VON BRÜTSCH RÜEGGER



Anmelden Vergleichliste Merkliste Warenkorb 0

Suche nach Artikeln, Kategorien und Marken



Handwerkzeuge Maschinenwerkzeuge Messwerkzeuge Maschinen & Elektrowerkzeuge Werkstatt & Garage Eisenwaren Haus & Garten Arbeitsschutz & Bekleidung



Brütsch Rüeeggler hatte sich vor gut 3 Jahren entschieden, seine professionellen Handwerker Produkte über einen E-Shop dem Endkonsumenten zugänglich zu machen. Nach einer Startphase wurde entschieden, die Marke definitiv vom B2B Shop zu trennen. So entstand die Erfolgsgeschichte von Toolster – ein Online Shop für private Profis. Trotz Rebranding und Redesign des Webshops sind nicht nur die Umsätze, sondern auch der Gewinn in die Höhe geschossen. Eine gezielte online Strategie der SEA und SEO-Kanäle steigert kontinuierlich die Performance des E-Commerce Shops. Die Ziele von Toolster wurden bereits heute mehr als übertroffen.

## Ausgangslage

Um B2B Kunden klar von B2C Kundschaft zu trennen, hat sich Brütsch Rüeeggler entschieden im Frühjahr 2020 ein Rebranding von brwtools.ch auf toolster.ch vorzunehmen. Der Name Brütsch Rüeeggler sollte im Zusammenhang mit dem neuen toolster.ch Shop spätestens nach 4 Wochen nirgends mehr verwendet werden.

## Ziele

Das Ziel war den Umsatz über den neuen Shop stabil zu halten und weiter auszubauen. Zusätzlich zu den Bestandes-Kunden wurde auch ein besonderer Fokus auf die Neukundengewinnung und die Gewinnoptimierung gelegt.

## Strategien

### Rebranding

Der neue Toolster Shop ging anfangs April 2020 online und wurde über ein Youtube Branding und Awareness Video während 4 Monaten beworben. Zusätzlich wurden Discovery Banner und Search Kampagnen erstellt, um die neue Marke zu etablieren, beziehungsweise überzuleiten.



## Umsatz halten

Um die Suchmaschinenpositionen bei Google zu erhalten wurde eine fundierte SEO-Migrationsunterstützung geplant. Zusätzlich wurden die Shopping und Search Kampagnen erweitert.

## Performance

Die Shopping Kampagnen wurden um diverse Parameter ergänzt, welche uns erlauben, die Kampagnen auf die Margenstruktur, Aktionen oder Produkt Neuheiten von Toolster auszurichten. Die Anzeigen wurden je nach Ziel auf Neukunden-Gewinnung, Bestandes-Kunden, Umsatz oder Gewinn ausgerichtet. Die Steuerung wurde über den Ziel-ROAS vorgenommen.

Zusätzlich wurde der Shop laufend durch Usability Anpassungen im Checkout-Prozess sowie im Bereich der strukturierten Daten ergänzt und optimiert.

## Neukundengewinnung

Hier kamen insbesondere die Discovery Kampagnen und Shopping Aktionen zum Einsatz.

## Steuerung und Controlling

Um ein professionelles Kampagnen Management zu gewährleisten und tiefere Analysen für datengetriebene Entscheidungen herbeizuführen, wurde Google Analytics umfassend konfiguriert. Ein speziell designtes E-Commerce Data Studio Dashboard ermöglicht den verschiedenen Stakeholder jederzeit einen individuellen Einblick über die Performance.

## Resultate

- Der Umsatz zum Vorjahr hat das 2.5-fache erreicht
- Die Ads E-Commerce Conversion Rate wurde zum Vorjahr um 42% gesteigert
- ROAS über sämtliche Ads Kampagnen wurde mehr als verdreifacht
- Die Suche nach ‚brwtools‘ hat synchron zum Anstieg von ‚toolster‘ abgenommen

## Summary

Bereits heute wurden schon alle Ziele von Toolster erreicht. Das Rebranding und die strategische Trennung der zwei Business Modelle wurde erfolgreich vollzogen. Das Umsatzvolumen und die Rentabilität konnten massiv gesteigert werden.

## Weitere Infos



Adrian Berlinger | Leiter B2C | Brütsch/Rüegger Werkzeuge AG | 8902 Urdorf  
adrian.berlinger@brw.ch | +41 (0)44 736 64 40 | www.toolster.ch



worldsites

Worldsites GmbH | +41 (0)41 799 80 00 | info@worldsites-schweiz.ch | www.worldsites-schweiz.ch