

Case Study

Modehändler Tamaris: Senkung des Rabattsatzes um 5%

Tamaris, die Hauptmarke der Wortmann Gruppe, hat Predictive Pricing für ihre E-Commerce-Sparte eingeführt, um im Rahmen einer Integration mit Tradebyte, die den Zugang zu Marktplätzen eröffnen, ihre Preise in über 25 Ländern auf Tamaris.com sowie auf zahlreichen Marktplätzen zu optimieren.

Erfahren Sie, wie Tamaris zur Umsetzung der Unternehmensziele die Kapazitäten von Tradebyte zur Marktdurchdringung mit der Preisoptimierung von 7Learnings kombiniert hat.



AI-POWERED PREDICTIVE PRICING.

Das Unternehmen im Überblick

Tamaris

Tamaris ist die wohl bekannteste Marke der in Detmold ansässigen Wortmann Gruppe und als eines der größten Unternehmen in Europa im Bereich Herstellung und Vertrieb von Schuhen marktführend bei modischen Damenschuhen. Die Kollektionen sind in über 70 Ländern sowie in mehr als 15 000 Schuhgeschäften auf der ganzen Welt erhältlich. Neben der Hauptmarke Tamaris gehören auch Marco Tozzi, Caprice, Jana und s.Oliver Shoes zur Wortmann Gruppe, die weltweit mehr als 1 100 Mitarbeiter beschäftigt.



Aufgrund der Expansion unserer Flaggschiffmarke tamaris.com sowie diverser Aktivitäten auf insgesamt 26 internationalen Marktplätzen war die Preisgestaltung im Rahmen des In-Season-Managements mitunter sehr komplex. Die Implementierung von 7Learnings ermöglicht uns nun ein wesentlich gezielteres und kundenorientiertes Preismanagement mit deutlich geringerem Zeitaufwand. Es ist uns gelungen, Preisnachlässe zu reduzieren und zu optimieren, so dass wir mit größerer Preisstabilität und Rentabilität arbeiten können. Von der ersten Software-Implementierung bis hin zum operativen Support zeichnete sich die Zusammenarbeit durchweg durch Kompetenz sowie zielgerichtetes und lösungsorientiertes Vorgehen aus. Das intuitive Tool kann individuell gesteuert werden und wird kontinuierlich optimiert.

Atessa Dreier,

Buying and Merchandising Manager, Wortmann Fashion Retail GmbH

Ausgangssituation

Tamaris managt ein äußerst

umfangreiches Sortiment, und die Festlegung der Preise ist aufgrund der beträchtlichen Anzahl von Marktplätzen und Kanälen, auf denen das Unternehmen agiert, noch komplexer. Die Firma hat ihre Präsenz auf diversen internationalen Märkten aktiv gesteigert, und die Preise müssen entsprechend angepasst werden.

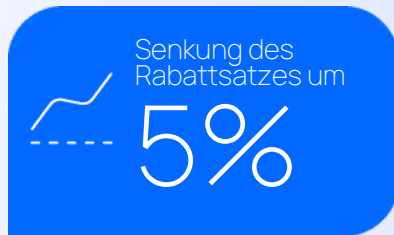
Management und Durchführung

von Währungsumrechnungen und Geschäftsregeln im Rahmen der Abwicklung von Transaktionen zwischen dem Webshop von Tamaris und diversen Marktplätzen erforderten einen hohen manuellen Aufwand.

Da das Sortiment des Unternehmens

stark saisonabhängig ist und immer nur einen beschränkten Verkaufszeitraum hat, ist das Pricing für den gesamten Produktlebenszyklus schwierig. Tamaris wollte außerdem mithilfe von Pricing seine Bestandsmengen optimieren und sowohl Über- als auch Unterbestände vermeiden.

Ergebnisse



Lösung

Anhand der Gewinn- und Umsatzprognosen

der Lösung von 7Learnings konnte Tamaris genau feststellen, wie sich Preisänderungen unter Berücksichtigung aller relevanten Fakten auf Nachfrage, Gewinn und Umsatz auswirken und so die Herausforderungen in Sachen Pricing bewältigen.

Durch zielgerichtete Preissteuerung wurden

konkrete, vom Wortmann-Team festgelegte Rentabilitätsziele erreicht.

Bestandsgesteuerte Optimierung stellte sicher,

dass die Preise im Hinblick auf Ziele wie Gewinnspanne und Durchverkaufsrate während des gesamten Produktlebenszyklus optimiert wurden.

Tamaris nutzt außerdem eine maßgeschneiderte Integration

zwischen 7Learning und Tradebyte, wodurch ein zentraler Plattform-Hub für Pricing geschaffen wird.

7Learnings X TRADEBYTE **Integration**

Tradebyte bietet Tamaris den Rahmen für seine Marktplatz-Infrastruktur und ermöglicht dem Unternehmen die Ausweitung seines E-Commerce-Angebots auf 25 Länder. Dank des Zugangs zu den Pilotprojekten von Tradebyte hat Tamaris außerdem Erstanbieter-Zugang zu den neuesten Märkten von Tradebyte.

Zur Bewältigung der komplexen Preisgestaltung auf den zahlreichen von Tradebyte angebotenen Marktplätze, wandte sich Tamaris an 7Learnings, um mithilfe einer maßgeschneiderten API-Integration das Pricing für seine unterschiedlichen Kanäle und Regionen von einem zentralen Hub aus zu organisieren. Diese Integration hat es Tamaris ermöglicht, die jeweils besten Preise für jeden einzelnen Marktplatz festzulegen und seine Pricing-Strategie auf den Punkt genau auszurichten und zu differenzieren.

Fazit

Die Ergebnisse sind beeindruckend: die Automatisierung von Preisreplikations- und Währungsbearbeitungsabläufen führte zu einer erheblichen Reduzierung des manuellen Arbeitsaufwands, während durch die Vereinfachung von Preisgestaltungsprozessen die Betriebszeit um die Hälfte reduziert werden konnte. Das Unternehmen optimiert außerdem aktuell im Hinblick auf saisonale Schwankungen und kombiniert kurz- und langfristige Prognosen für optimale Ergebnisse und Durchverkaufsraten. Die Lösung von 7Learnings trug maßgeblich zur Bewältigung der vielfältigen Herausforderungen von Tamaris bei.





Maximieren Sie Ihren Erfolg – mit **Predictive Pricing**

Mit unserer Preisoptimierungs-Software steigern Sie Ihre Umsätze und Gewinne um bis zu 10 %. Erzielen Sie messbare Ergebnisse nicht erst nach Monaten oder Jahren, sondern binnen weniger Wochen.



www.7learnings.com
info@7learnings.com
Engeldamm 64 10179 Berlin,
Germany