

WTT
YOUNG
LEADER
AWARD

nominated

FHO Fachhochschule Ostschweiz



**Praxisprojekt Managementkonzeption
für die Kuchler AG**

Bodenbeläge – mit digitaler Marketing-Power in die Zukunft

Die Kuchler AG befindet sich mit ihrer strategischen Geschäftseinheit Bodenbeläge in einem herausfordernden Marktumfeld. Das Projektteam soll durch die Entwicklung und die direkte Umsetzung einer Online-Marketingkonzeption das Segment auf Basis neuer Strukturen beleben und ein dynamisches Preismonitoring prüfen.

Kuchler AG

«Wir sind das Holz». Mit diesem Slogan bietet die Kuchler AG in Schlieren mit ihren derzeit rund 50 Mitarbeitenden insbesondere holzverarbeitenden Betrieben ihre Produkte an. Ihre jahrzehntelange Erfahrung mit dem Werkstoff Holz macht sie für ihre Kunden zur kompetenten Partnerin. Das Sortiment der Holzhändlerin umfasst Holzplatten, Halb- und Fertigfabrikate, Massivholz, Furniere, Türen, Holz für den Bootsbau sowie Parkett und Terrassendielen.

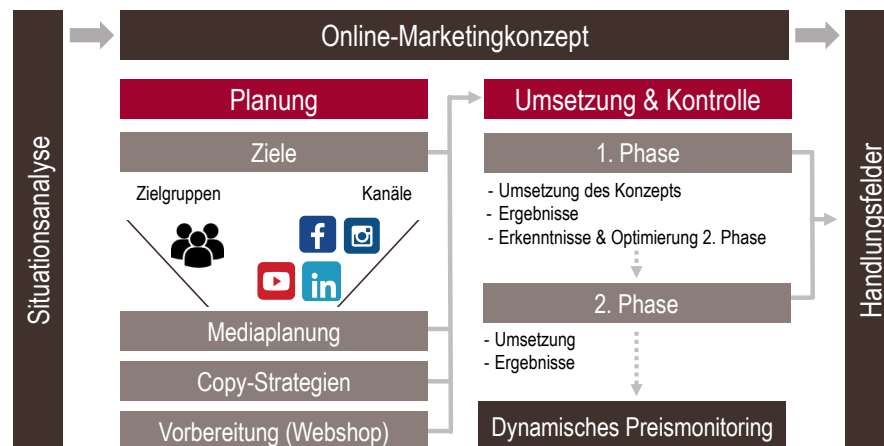
Methodik

Das Projektteam baute mittels Literaturrecherche ein fundiertes Wissen über das Marktumfeld der Kuchler AG auf. Durch weitere vertiefte Recherchen über die Zielgruppen und über sämtliche Online-Kommunikationskanäle wurde ein massgeschneidertes Online-Marketingkonzept für den Geschäftsbereich Bodenbeläge entwickelt (vgl. Abbildung). Dieses wurde durch eine für Praxisprojekte neuartige Trial-and-Error-Methodik in einer ersten Phase direkt umgesetzt sowie in einer zweiten Umsetzungsphase optimiert und verifiziert.

Ergebnisse

Für die Kampagnen baute das Projektteam von Grund auf einen neuen Outlet-Webshop. Aus den zwei Umsetzungsphasen konnten umfangreiche Datensätze für die Auswertungen generiert werden. Mit Anzeigen auf Facebook, Instagram und 20 Minuten Online wurden mehrere Tausend Impressions erzielt. Der Kanal Google AdWords stach insgesamt mit hervorragenden Ergebnissen heraus. Vergleichbare Industrie-Benchmarks wurden um bis zu 380% übertroffen. Dabei performte die Kampagne des Projektteams deutlich besser als diejenigen von Wettbewerbern. Aus diesen Erkenntnissen entwickelte das Projektteam eine Vorlage zur Durchführung des dynamischen Preismonitorings. Weiter wurden Handlungsfelder im B2C- sowie B2B-Bereich identifiziert und konkrete Vorschläge unterbreitet.

www.fhsg.ch/praxisprojekte



Methodik zur Zielerreichung.
Quelle: eigene Darstellung.

PRAXISPROJEKT 3 Managementkonzeption 2017

Projektteam (v. l. n. r.)

Ramona Sigron, Chur
Raffaele Vignacastrisi, Abtwil
Lorena Lütcher, Domat/Ems, Projektleiterin
Nermina Beganovic, Uzwil
Ramon Beerli, St.Gallen

Kundschaft

Kuchler AG, Schlieren
Tobias Heimpel, Head of Marketing
www.kuechler.ch



Das Praxisprojekt wird – insbesondere durch das Engagement der Studierenden – als wichtige Grundlage für Entscheidungen in dem bearbeiteten Geschäftsfeld dienen. Neben der detaillierten Aufarbeitung freuen wir uns auch über die klaren Aussagen der Arbeitsgruppe.

Coach

FHS St.Gallen
Daniel Steiner, eidg. dipl. Marketingleiter



Ein Online-Kommunikationskonzept auf höchstem Niveau, massgeschneidert, praxisgerecht. Einzigartig ist, dass die Studierenden das Konzept <<scharf>> getestet haben und anhand von verschiedenen Effizienz- und Effektivitäts-Zielgrößen die Kanäle, Motive, Keywords und Visuals ausgetestet und optimiert haben.