

E-Commerce: Grundlagen

Diese E-Commerce Modelle gibt es

- Eigener Onlineshop
- Onlinehändler mit Handelswaren
- Marktplätze mit Versand durch Hersteller
- Marktplätze mit Mischformen
- Marktplätze C2C oder B2B
- Marktplätze mit regional angeschlossenen Händlern

Sondermodelle mit wiederkehrenden Einnahmen

- Verbrauchsmaterial
- Boxen mit sich änderndem Inhalt
- digitale Inhalte
- Kundenclubs
- Premiummitgliedschaften
- Software as a Service
- Verbände

Welches Ziel verfolge ich im E-Commerce?

- Umsatz steigern
 - zweites Standbein
 - Hauptvertriebskanal
 - neuen Vertriebskanal aufbauen
 - Restbestände abverkaufen
 - Bestandskunden bedienen/beliefern
 - überregional verkaufen
 - international verkaufen
-
- Was sind Ihre Ziele?

E-Commerce: Grundlagen

Bei der Produktauswahl beachten

- gute Margen > 50 %
- hohe Nachfrage
- leicht zu versenden
- Niedrige Retourenquoten
- Beschädigungen bei Retouren

Aufgaben beim Betrieb eines E-Commerce Shops

- Auswahl Shop-Software
- Produktmanagement
- Versand
- Rücksendungen
- Kundenservice
- Zahlungsarten verwalten
- Werbung/Marketing
- Warenwirtschaft
- Logistik
- Auslandsversand/Rücksendungen (Einfuhrumsatzsteuer bzw. regionale MwSt.)
- Buchhaltung

Bei der Wahl eines Shop Systems beachten

- selbst gehostet oder SAAS-Modell
- offene Schnittstellen vorhanden (APIs)
- Verfügbarkeit von Erweiterungen/Modulen
- verfügbare Sprachen und Übersetzungen
- Anpassbarkeit des Designs / vorgefertigte Themes
 - Ist eine Agentur nötig?
- verfügbare Payment-Provider-Integrationen
- Integrationen mit ERP-/WaWi-Systemen
- Integrationsmöglichkeiten in eigene oder fremde Websites

E-Commerce: Grundlagen

Bei der Wahl des Versanddienstleisters beachten

- Paketdienste: DHL, Hermes, DPD, GLS, UPS
 - am Standort verfügbar
- Für Kunden einfach nutzbar? Was passiert bei Nicht-Antreffen des Kunden?
- Warenpost der Deutschen Post in Betracht ziehen
- Speditionen für große Waren
 - aufwendig für Versender und Kunden
- Maximale Abmessungen und Gewicht beachten
 - bereits bei der Produktentwicklung berücksichtigen
- Optimieren der Versandkosten
- Versicherung der Warensendungen
 - Verlust und Beschädigungen einkalkulieren

Verbreitete ERP-Systeme

- Billbee (Cloud)
- JTL (Windows)
- Xentral (Cloud)
- Plenty Markets (Cloud)

Nötige rechtliche Informationen

- Allgemeine Geschäftsbedingungen
 - Vertrag sollte erst beim Versand rechtskräftig werden
- Rückversand-Musterformulare
- Datenschutzerklärung
- Impressum
- Cookie-Consent Einverständnis
- => Automatische Erstellung vom Händlerbund möglich

E-Commerce: Optimierungen

Allgemeine Optimierungen

- mobile Seite optimieren
 - immer wieder selber nutzen
 - im Onlineshop ca. 50-60 % mobile Nutzer
- Call-to-Actions hervorheben
- Above the fold optimieren
 - Produkte direkt oben sichtbar platzieren
 - Header Navigation aufräumen: keine unnötigen Links (nur für Verkauf Relevantes)
- kein Registrierungszwang

Produktseiten optimieren

- Produktvideo, das das Produkt in Anwendung zeigt
- gute, hochaufgelöste Produktbilder
 - Varianten den entsprechenden Bildern zuordnen
- informative Beschreibungen mit Vorteilen (z. B. Zeit sparen)
- Merkmale aufführen (leicht zu reinigen)
- Adjektive einfügen
 - maximale Sicherheit
 - handlich verpackt
 - dauerhafte Haltbarkeit
- keine Negationen verwenden
 - nicht schwierig zu öffnen => leicht zu öffnen
 - trocknet nicht aus => behält seine Feuchtigkeit
- starker Call-to-Action
- „Add to Cart“ above the fold platzieren
- Zeugen: Referenzen/Presse/Experten/Siegel
 - Kundenbewertungen können die „Add to Cart“-Rate verdoppeln
 - Bewertungen: Aussehen wie bei Amazon nachahmen

E-Commerce: Optimierungen

Produktseiten optimieren

- Verknappung
 - 5 Farben, 3 schon ausverkauft
- Garantien anbieten
- Free Shipping Offer (ab Warenwert x €)
- nicht verwirren und auf andere Produkte verweisen (wenn, dann verlinken)

Suchen und Filtern

- gute Produktsuche anbieten
 - Ähnlichkeitssuche
 - Synonyme finden
- Filterfunktionen, wenn sinnvoll bei vielen ähnlichen Produkten

Zahlungsarten

- Beliebte Zahlungsarten prüfen und anbieten
 - Kreditkarten
 - Sofortüberweisung (neu: Klarna Pay Now)
 - Rechnung
 - Lastschrift
 - PayPal
 - Amazon Pay
 - Ratenkauf (bei großen Beträgen)

E-Commerce: Optimierungen

Warenkorbumsatz vergrößern

- Cross-Selling
 - weitere Produkte zum gewählten Produkt anbieten
 - Kunden, die diese Produkte gekauft haben, kauften auch ...
- Up-Selling
 - höherwertiges Produkt anbieten
- Order-Bumps
 - nach der Bestellung passende Produkte anbieten
 - mit 1-Click der Bestellung hinzufügen

Vertrauen aufbauen

- Ausgangssituation: niemand kennt uns oder unseren Shop
- Vertrauen aufbauen
 - Kundenbewertungen anfragen
 - Bewertungsportale nutzen (Trustpilot, eKomi, Google etc.)
- Gütesiegel integrieren
 - TÜV
 - Trusted Shops

Werbekampagnen schalten

- Ausgangssituation: ohne Werbung keine Besucher
- Werbekampagnen schalten
 - Google-Keyword-Anzeigen
 - Google Shopping
 - Facebook
 - Instagram
 - Pinterest
- Retargeting einrichten
 - Besucher unserer Website zurückholen

E-Commerce: Optimierungen

Conversion Tracking einrichten

- Google Analytics
 - erfasst die Nutzung des Shops
- Google Ads Conversion Tracking
 - Einbindung über Google Ads oder Google Analytics
- Facebook Pixel
 - erfasst Besucher und Conversions
- Pinterest Conversion Tracking
- Ziel: Optimierung der Werbekampagnen

Warenkorb Abbrecher zum Kauf bewegen

- Warenkorb-Abbrecher erinnern
 - E-Mail kurz nach Abbruch senden
 - Testen ob ein Gutschein die Rate erhöht
 - SMS senden
 - Marketingeinverständnis einholen
 - abgestuftes Retargeting nutzen
 - Targeting von „Produkt im Warenkorb“
 - Targeting von „Check-out begonnen“