

Frank Rehme, Geschäftsführer gmvteam GmbH

Grundwissen E-Commerce

Das Wichtigste im Überblick:

- ✓ Identifizieren Sie Ihre Zielgruppe
- ✓ Wählen Sie das richtige Sortiment für Ihre Zielgruppe aus
- ✓ Entwickeln Sie eine relevante Kundenansprache
- ✓ Haben Sie Ihre Kennzahlen im Blick
- ✓ Haben Sie die bestmöglichen Produktbeschreibungen und -bilder (inkl. hoher Auflösung)
- ✓ Schnelle Lieferung und Service machen Kunden*innen glücklich
- ✓ Bauen Sie Beziehungen zu den Kunden*innen auf
- ✓ Machen Sie den Einkauf für den Kunden so einfach wie möglich

1. Der Handel auf dem Weg in die digitale Welt

Die über Jahrzehnte stattgefundenen Verschiebung des Fokus auf den Kunden und schließlich auch die Digitalisierung haben das Verhalten und die Bedürfnislage der Kund*innen nachhaltig verändert.

Der Verkaufspunkt ist vom Laden in die Hosentasche der Menschen auf das Smartphone gewandert. Sie haben jederzeit Transparenz über Qualitäten, Verfügbarkeiten und Preise, das beste Angebot mit dem besten Service ist mit wenigen Fingertips auf dem Display erreichbar. Zudem sind wir als Gesellschaft schon ziemlich weit auf der Bedürfnispyramide emporgeklettert. In einer Studie hat ebay herausgefunden, dass jeder Haushalt im Schnitt über 200 überflüssige Artikel im Gegenwert von über 3.000 € besitzt. Wir verkaufen also in volle Schränke und volle Regale, der Handel hat die Aufgabe des Versorgers verloren. Er ist vielmehr Inspirator und Lebensbereicherer, eine Aufgabe, die nicht nur neu erlernt, sondern auch im digitalen Raum stattfinden muss.

Die Menschen erreichen täglich viele Botschaften durch verschiedenste Medien.

Diese Ablenkung ist damit ein neuer Wettbewerber des Handels geworden. Man kämpft nicht mehr um die Brieftasche, sondern vielmehr um die Aufmerksamkeit der Menschen

Aus diesen neuen Wettbewerbern ergeben sich aber auch neue Chancen: Sein Sie da, wo Ihre Kunden*innen sind! Bilden Sie Ihre Communities in den sozialen Medien, entwickeln Sie Ihr Gesicht im digitalen Universum und finden Sie so nicht nur neue Zielgruppen, sondern auch einen Weg, Ihr Handelsformat ständig den wechselnden Anforderungen anzupassen.

Wie das geht, zeigt die digitale Wert-Schöpfungspyramide, die im Online Seminar ausführlich besprochen wird. Sie allein reicht aber nicht, wenn sie nicht ständig von kunden-aktivierenden Maßnahmen begleitet wird.

Nach den ersten Erfahrungen ist der nächste Schritt dann das direkte Verkaufen im Internet – entweder im eigenen Shop oder auf einem Marktplatz.

Eine wichtige Erkenntnis haben die letzten Jahre gezeigt: Hoffen Sie nicht darauf, Ihre Kunden zu Fans machen zu können. Werden Sie lieber Fan Ihrer Kunden, und zeigen Sie das dort, wo die Kund*innen schon lange sind: Im digitalen Universum!

2. Onlinehandel braucht digitale Fitness



Die digitale Fitness fängt bereits im eigenen Laden an:

- Eine Warenwirtschaft bringt den Überblick über Bestände, Preise, Lieferanten und Verfügbarkeiten. Man bekommt mit den gewonnenen Daten Transparenz über sein eigenes Geschäft – und das in Echtzeit.

- Ein gesundes Beziehungsmanagement zum Kunden lebt von Information und Interaktion – lernen Sie Ihre Kunden*innen kennen!
- Die ersten Schritte für Visibilität im Internet führen über eine eigene Webseite und einen gut gepflegten Google My Business Account.
- Nutzen sie soziale Medien zum Aufbau von Beziehungen mit den Kunden von heute und morgen.
- Vernetzung und Verzahnung mit anderen Händlern ist ein weiterer Erfolgsgarant: Verwandeln Sie die individuelle Frequenz zur Gemeinschaftsfrequenz.
- Haben Sie das alles erledigt, ist der nächste Schritt der Weg in den Onlinehandel: Entweder als Teilnehmer an einem Marktplatz oder mit einem eigenen Webshop. Mehr Infos dazu im Online Seminar!
- Das alles allein betrachtet ist die gute Basis. Für digitale Frequenz braucht man aber aktivierende Elemente: Das sind z.B. Newsletter, Gutscheine, Kundenbindungsaktivitäten usw. Zeigen Sie den Kunden, warum es Sinn macht, sich mit Ihnen zu beschäftigen!
- Wer nicht gesehen wird, bei dem wird nicht gekauft. Daher: Die digitale Reputation ist eine Hauptaufgabe jeden Geschäftsmodells. Das gilt ganz besonders für den Handel, denn eines wird sich nie ändern: Menschen kaufen am Liebsten bei Menschen ein!

Für den Inhalt dieses Dokuments ist allein der jeweilige Experte verantwortlich.
Bei Fragen und Anregungen wenden Sie sich bitte direkt an diesen.