Die Erfolgsfaktoren für einen Online-Shop

✘ Für ein Interview wurde ich neulich nach den zentralen Erfolgsfaktoren für Online-Shops gefragt. Nachdem ich keine wirklich passende Aufstellung finden konnte, habe ich begonnen, die Erfolgsfaktoren zu beschreiben, die uns tagtäglich bei unseren Lesern begegnen.

Hier die 5 Erfolgsfaktoren für einen Online-Shop im Überblick.

1. Interessantes Produktangebot / Relevante Nische

Ohne attraktive Produkte oder idealerweise ein einmaliges Angebot wird man sich nur schwer platzieren können. Begeben Sie sich beispielsweise auf Nischenmärkte, die ein konventionelles Ladengeschäft vor Ort nie erfolgreich angehen könnte, weil es sich an der Massennachfrage orientieren muss und selten verkaufte Produkte zu hohe Kosten verursachen würden. Ein Online-Shop kann durch die Kostenvorteile und die effiziente Vermarktung diese Nischen jedoch erfolgreich besetzen und z.B. selten nachgefragte Bücher oder speziell geröstete Espresso-Bohnen vertreiben (sog. "Long-tail Effekt").

2. Besucher gewinnen durch geschickte Vermarktung

Zu einem Vermarktungskonzept gehört eine durchgängige, klare Botschaft und eine geeignete **Kundenansprache**. Folgende Komponenten spielen dann eine Rolle: **Suchmaschinenoptimierung**, Anzeigenschaltung, Keyword Advertising, E-Mail-Marketing, Partnerprogramme und nicht zuletzt Pressearbeit. Ein aussagekräftiges Web-Controlling ermöglicht heutzutage die Erfolgskontrolle der Online-Maßnahmen. So lassen sich nach und nach die weniger erfolgreichen Aktionen ausfiltern.

3. Shopping-Vergnügen durch Bedienerfreundlichkeit

Neben der Gestaltung eines Online-Shops ist das Eingehen auf Kundenbedürfnisse ein zentraler Faktor: Übersichtlichkeit des Angebots, **funktionierende Suchfunktionen**, Transparenz der Bestellschritte, klare **Preisangaben** mit Zusatz- und Versandkosten, verschiedene **Bezahlungsmöglichkeiten**, verständliche **Rückgabebedingungen** und zutreffende Angaben zur Lieferzeit sind hier wichtige Voraussetzungen für einen erfolgreichen Shop.

4. Vertrauenswürdigkeit ausstrahlen durch Seriosität

Das Vertrauen spielt im e-Commerce eine Schlüsselrolle. Der Shop ist dem Interessenten oft unbekannt, die Ware kann in der Regel nicht vor dem Kauf geprüft werden, Zahlung und Datenübertragung wird immer wieder als Risiko wahrgenommen. Um aus den Besuchern im Shop also tatsächliche Käufer zu machen, muss die Sicherheit im Idealfall durch einen vertrauenswürdigen und bekannten Dritten garantiert werden. Geeignete Mittel sind e-Commerce-Gütesiegel (z.B. von Trusted Shops) oder Testergebnisse.

5. Kundenzufriedenheit durch perfekte Zahlungs- und Lieferabwicklung

Um einen Käufer zufrieden zu stellen und im Idealfall zu einem Stammkunden zu machen, tickt nach der Bestellung die Uhr: Zahlungsabwicklung, Auslieferung, Lieferstatus-Informationen aber auch Retourenmanagement, **Gewährleistung** und Inkasso sollten gut aufeinander abgestimmt sein. Ansonsten wenden sich mühsam gewonnene Kunden schnell vom Shop wieder ab. Über zusätzliche Services wie Geld-zurück-Garantie und kompetenten Kundenservice heben Sie sich gekonnt vom Wettbewerb ab.