

Shopbetreiber-Interviews der letzten Wochen im Überblick

✖ Zu den beliebtesten Beiträgen hier im shopbetreiber-blog.de gehören unsere Interviews mit Shopbetreibern. Erfahren Sie mehr über die "Menschen hinter dem Shop" und lernen Sie von ihren Tipps und Erkenntnissen. Wir haben hier einen kleinen Überblick der letzten Interviews zusammengestellt.

Lernen Sie 26 Shopbetreiber und ihre Shops kennen.

Vormittags Schüler, nachmittags Shopbetreiber - Der dealer-shop im Interview

Vor kurzem haben wir hier über einen Shop berichtet, der als Familienbetrieb erfolgreich ist. Heute stellen wir Ihnen Andreas Bruckschlögl vor, der zwar noch zur Schule geht, es aber schon zu zwei Online-Shops gebracht hat. Was zunächst als Taschengeld Aufbesserung gedacht war, führte zu mehreren erfolgreichen Shop-Ideen. Vollständigen Beitrag lesen »

Die ganze Familie eingespannt - Interview mit echtwahnsinn.at

Heute kann jeder - selbst ohne technisches Wissen - schnell und für ein paar Euro im Monat einen Shop eröffnen. Aber bedeutet das, daß man als "Hobby-Shopbetreiber" mit professionellen Shops konkurrieren kann? Wo sind die Grenzen in der Praxis, was macht Probleme? Vollständigen Beitrag lesen »

✖ **Millionen PC-Kombinationen im Shop - Interview mit AGANDO**

Wenn Sie in Ihrem Shop PCs verkaufen, kennen Sie die Herausforderung: Sonderwünsche der Kunden bezüglich Ausstattung und Konfiguration sind einerseits aufwendig zu erfassen und umzusetzen, andererseits aber ein sehr gutes Differenzierungsmerkmal gegenüber jedem x-beliebigen PC-Shop oder eBay-Anbieter. Vollständigen Beitrag lesen »

Erst Ladengeschäft, dann Online-Shop - Interview mit hitseller.de

Viel häufiger, als wir zunächst dachten, steht hinter einem erfolgreichen Online-Shop ein Ladengeschäft als Ausgangspunkt. Auch unser heutiger Interview-Partner nutzte seine langjährige Erfahrungen mit Vor-Ort-Geschäften und Lieferanten, um dann einen Online-Shop aufzubauen, der mittlerweile 30 Mitarbeiter beschäftigt. Vollständigen Beitrag lesen »

Partnerintegration mit Standardshop - Interview mit birke-wellness.de

Unser heutiger Interview-Partner hat aus einer günstigen Standard-Shoplösung mit vielen Ideen und einigen Erweiterungen ein gut geöltes E-Commerce-System mit Warenwirtschaft, Kunden-Dienstleistungszentrum und Partnerintegration konstruiert und verkauft so mit 9 Mitarbeitern über 8.000 Wellness-Produkte. Vollständigen Beitrag lesen »

✖ **Cooler Skaterschuhe im Shop - Interview mit getshoes.de**

Heuten haben wir wieder ein Shop mit Trendprodukten im Shop-Interview: getshoes.de verkauft Mode für Skater, gerade die Sneaker sind der Renner. Wie spricht man diese Zielgruppe an? Was muß im Online-Shop geboten werden? Ein Shop wie jeder andere? Vollständigen Beitrag lesen »

✖ **Fachwissen als Beratungsvorteil - Bob's-Elektro im Interview**

Kann jeder Shop im Internet alles verkaufen? Der Shopbetreiber in unserem heutigen Interview meint nein, denn "Fachwissen ist das wichtigste Argument für eine gute Kundenberatung. Kunden merken schnell wenn man nur Ware durchschiebt ohne die Produkte zu kennen - was Misstrauen schafft." Vollständigen Beitrag lesen »

3-stellige Wachstumsraten bei Internationalisierung - Interview mit snowtrex.de

In unserem heutigen Interview nehmen wir uns einmal die Reisebranche vor. Laut den letzten Forrester-Zahlen sollen Reisebuchungen auf ein Marktvolumen von 77 Mrd. Euro in Europa bis zum Jahr 2011 ansteigen - bei einem durchschnittlichen Wachstum von 32 % im Jahr. Ein sehr interessantes Umfeld für Shopbetreiber also. Vollständigen Beitrag lesen »

✖ **Vom Kuriosum zum soliden Shop - Interview mit TV-Versandshop**

Was gab Ihnen den Impuls, einen Online-Shop zu eröffnen? Ein Beispiel lernen Sie in unserem heutigen Shopbetreiber-Interview kennen. Mit 25 erfindet Steve Hergert einen kuriosen Flitzer, den er mit 10.000 Euro Startkapital auf den Markt bringt. Der Elektro-Roller sorgt für tolle Verkaufszahlen und schon bald fasst Hergert den Plan zu expandieren. Er gründet einen Onlineshop - und steigert seinen Jahresumsatz auf acht Millionen Euro. **Vollständigen Beitrag lesen »**

✘ Schicke Produkte im schicken Shop - bagsundco.de im Interview

Modeartikel belegen bei der Top-10 der meistgekauften Produkte im Internet mittlerweile den fünften Platz. Gerade Accessoires, Schmuck und Geschenke lassen sich gut über das Netz präsentieren und "an den Mann" oder vielleicht sogar noch besser "an die Frau" bringen. In unserem heutigen Interview sprechen wir mit Michaela Strotmann von BAGS & CO zum Thema. **Vollständigen Beitrag lesen »**

✘ Automatisierung als Wettbewerbsvorteil - diedruckerei.de im Interview

Durch eine konsequente Automatisierung und Optimierung kann ein klarer Wettbewerbsvorteil entstehen. So entsteht durch den sog. Long Tail Effekt auch für ein sehr spezialisiertes Produkt durch Internet-Vertrieb und niedrige Kostenquote ein nennenswerter Marktanteil. Auf gut deutsch: "Kleinvieh macht auch Mist". Einige der erfolgreichsten Internet-Unternehmen basieren auf diesem Ansatz. **Vollständigen Beitrag lesen »**

✘ Kundenorientierung als Maxime - Interview mit kofferprofi.de

Was offline gilt, kann online nicht falsch sein. Echte Kundenorientierung ist auch für Internet-Shopbetreiber ein zentraler Erfolgsfaktor. Wer die Stimme des Kunden hört und deuten kann, wird im Idealfall daraus einen Wettbewerbsvorteil ableiten können. Gerade im Internet, wo der nächste Shop nur einen Klick entfernt ist, kann dieser Vorsprung entscheidend sein. **Vollständigen Beitrag lesen »**

✘ Showroom als perfekte Ergänzung eines Shops - light11 im Interview

Es gibt ein Für und Wider bei der Frage nach einem Ladengeschäft vor Ort zur Ergänzung des Online-Shops. Manch ein Shopbetreiber scheut sich vor Kannibalisierung und Beratungsklau. Andererseits ist es eine gute Möglichkeit, mehr von seinen Kunden zu erfahren, die eigenen Produkte greifbar - im wahrsten Sinne des Wortes - zu machen und seine Marke zu stärken. Der Shopbetreiber unseres heutigen Interviews hat gerade, am 1. Oktober 2007, seinen Showroom eröffnet und sieht ihn als ideale Ergänzung zum bestehenden Online-Shop. **Vollständigen Beitrag lesen »**

Kannibalisierung und Beratungsklau - Interview mit BuyAndBeHappy

Viele Shopbetreiber haben neben Ihrem Online-Shop noch ein klassisches Ladengeschäft. Oft war dies die Basis für die ersten Schritte in's Internet. Bestehende Produktkompetenz und gute Einkaufskonditionen beim Großhandel machen für Viele ein Engagement als Internet-Shop erst möglich. **Vollständigen Beitrag lesen »**

Standard-Shopsoftware ausreizen - tonermaxx.de im Interview

Kann man mit einer Standard-Software einen individuellen Shop aufbauen, ohne ständig an die definierten Grenzen der Vorlagen zu stoßen? Eine Frage, die sich viele Shopbetreiber stellen. Die Vorteile einer Standard-Software liegen auf der Hand: Oftmals ein günstiger Preis, viele fertige Schnittstellen, Tipps und Tricks durch andere Benutzer und im Idealfall regelmäßige Updates und Erweiterungen. **Vollständigen Beitrag lesen »**

Differenzierung durch Spezialisierung - Interview mit der Online-Apotheke bioapo.de

Nicht zuletzt durch die umtriebige Internet-Apotheke DocMorris ist der traditionelle Apotheken-Markt im Umbruch. Was in der Öffentlichkeit teilweise noch gar nicht bemerkt wurde: Der Online-Einkauf von Medikamenten und Apotheken-Produkten ist bereits in vollem Gange. Zahlreiche Anbieter, auch spezialisierte, bearbeiten diesen interessanten Markt. Einer dieser spezialisierten Anbieter ist die bioapo, die wir Ihnen heute im Shopbetreiber-Interview vorstellen wollen. **Vollständigen Beitrag lesen »**

Weitere Interviews finden Sie hier!