

Gute Geschäfte durch Mund-zu-Mund Propaganda - Interview mit cyclotron.de

✖ Besonders interessiert uns in unseren Shopbetreiber-Interviews immer wieder die Frage, mit welchen Strategien Online-Händler neue Besucher in Ihren Shop locken. Für Torsten Schild, Geschäftsführer von cyclotron.de, einem Online-Shop für Computertechnik und Unterhaltungselektronik, zählt die klassische Mund-zu-Mund-Propaganda zufriedener Kunden zu den wichtigsten Möglichkeiten der erfolgreichen Neukundengewinnung.

Lesen Sie das Shopbetreiber-Interview mit Torsten Schild von cyclotron.de.

Was ist das Besondere an Ihrem Shop?

Preiswerte Computertechnik, kompetente Beratung und individueller Service – das sind die drei Säulen unserer E-Commerce Philosophie, die insbesondere unsere Stammkunden zu schätzen wissen. Natürlich bedienen wir alle technikbegeisterten Kunden mit demselben Enthusiasmus, unser Konzept hat uns aber ganz besonders das Vertrauen vieler Freiberufler, Geschäftskunden und Behörden eingebracht, die regelmäßig bei uns einkaufen.

Welches Shopsystem nutzen Sie?

Die Opensource-Lösung xt:Commerce, basierend auf osCommerce. Das Shopsystem wurde aber an unser eigenes Konzept angepasst. Unser Partnerunternehmen Codefathers hat hier alle Hürden überwunden und eine für uns veritable Anwendung geschaffen. Insbesondere bei der Anbindung unserer Business-Anwendungen wie Warenwirtschaft, Faktura und auch der Lieferantenintegration mussten wir quasi aus dem Nichts die entsprechenden Schnittstellen erst schaffen.

Welche Zahlungssysteme bieten Sie jetzt an?

Neukunden bezahlen bei uns per Vorauskasse oder Nachnahme. Stammkunden bieten wir die Zahlung gegen Rechnung oder Lastschrift an. Besonders attraktiv sind unsere Leasing- und Finanzierungsoptionen, die direkt auf unserer Website beantragt und zügig bearbeitet werden. Darüberhinaus behalten wir den Markt der Zahlungssysteme im Auge, um auf künftige Entwicklungen reagieren zu können.



Was tun Sie, um das Vertrauen Ihrer Kunden zu gewinnen?

Ein zentraler Baustein der Vertrauensbildung gegenüber unseren Kunden ist die Trusted Shop Garantie. Das Verfahren ist etabliert und weithin bekannt. Darüberhinaus schafft unsere kompetente Beratung im Vorfeld – sei es telefonisch oder per E-Mail – eine Atmosphäre des Vertrauens. Der Kunde merkt rasch, dass wir ein gestandenes Unternehmen sind, das im E-Commerce eine gewachsene Position hat.

Gibt es technische Besonderheiten, auf die Sie stolz sind?

Ja, natürlich. Das merkt man als Kunde in unserem Shop vor allem daran, dass man nichts davon mitbekommt. Ganz im Ernst: Wenn Gestaltung und Nutzung klar und funktionell sind, machen wir dem Kunden den Einkauf angenehm. Im Hintergrund ist umso mehr technisches Geschick nötig. Darauf sind wir stolz. Die programmiertechnischen Abläufe wurden von uns so optimiert, dass man die zugrunde liegende Komplexität beim Einkauf nicht spürt.

Spielt eBay eine Rolle für Sie?

Nein, eBay spielt allenfalls eine untergeordnete Rolle.

Haben Sie auch ein stationäres Ladengeschäft?

Nein, wir betreiben kein Ladengeschäft. Wir sind seit 1999 als Versandhandel tätig, haben jedoch unseren regionalen Kunden immer einen Abholservice angeboten und werden das auch weiterhin tun.

Seit wann gibt es Ihren Online-Shop?

Cyclotron ist bereits seit 1999 mit einem Online-Shop im Internet vertreten. Der Relaunch mit dem neuen Shop-System erfolgte im Oktober 2006.

Betreiben Sie den Shop haupt- oder nebenberuflich?

Ich betreibe den Shop hauptberuflich. Inklusive der Programmierung, Verkauf und Buchhaltung sind es bei uns 10 Mitarbeiter.

Wie bekommen Sie neue Besucher in den Shop?

In unserem Umfeld sind Preisvergleiche der Schlüssel zu mehr Besuchern. Auch die Listung auf den Herstellerseiten spielt eine Rolle. Und letztlich sind wir überrascht, welche zentrale Bedeutung die Mund-zu-Mund-Propaganda unserer vielen zufriedenen Kunden spielt. Auch im Internet-Zeitalter sollten Empfehlungen nicht unterschätzt werden.

Gab es Dinge, die nicht so geklappt haben, wie geplant?

Natürlich gab es auch die. Wir sind jedoch lernfähig und dankbar für Rückmeldungen, die es uns ermöglichen, unsere Arbeitsabläufe im Sinne des Kunden weiter zu optimieren.

Gab es auch Dinge, die eine unerwartete positive Dynamik entwickelt haben?

Ja, beispielsweise hat sich bei Unternehmen das Thema "Papierloses Büro" stark entwickelt und damit für uns als ein Schwerpunkt auch der Vertrieb von Dokumentenscannern.

Haben Sie Tipps für andere Shopbetreiber?

Preis, Technik und Suchmaschinenmarketing führen nicht allein zur Glückseligkeit: Unseren Erfolg verdanken wir dem Kunden, auch wenn wir ihn in der Regel nicht persönlich vor uns haben. Umso wichtiger ist eine effiziente und persönliche Kommunikation. Nehmen Sie jeden einzelnen Kunden mit seinen Wünschen und Fragen ernst!

Wohin entwickelt sich Ihr Shop?

Das Produktportfolio soll noch weiter ausgebaut werden. Weiterhin soll die Anwenderfreundlichkeit in Bezug auf Produktvergleiche eine Verbesserung erfahren. Eventuell soll der Kunde auch anderen Kunden seine Meinung über sein gekauftes Produkt mitteilen können. Wir sind der Ansicht, dass dies die Kaufentscheidung für Neukunden erleichtert.

Wo informieren Sie sich zum Thema Online-Shopping?

Im Internet beispielsweise hier im Blog sowie im Austausch mit anderen Online-Händlern.

In welchem Shop kaufen Sie persönlich am liebsten ein?

Am häufigsten kaufe tatsächlich in meinem eigenen Shop ein ... zu Testzwecken. Wir arbeiten laufend an der Weiterentwicklung unseres Services. Durch Testkäufe bekomme ich viele hilfreiche Anregungen und Ideen. Natürlich nutze ich auch andere Shopangebote. Dabei achte ich auf guten Service, Erreichbarkeit, Beratung und Verbindlichkeit. Dies bietet mir beispielsweise Gourmantis für ausgewählte Delikatessen oder wenn ich Rezeptanregungen benötige z.B. Chefkoch.de.

Wenn Sie sich selbst ein Bild vom Shop machen wollen, finden Sie hier den Link:
www.cyclotron.de