Handys ohne Vertrag für Endkunden - Interview mit vodacom-online.de

Bereits seit dem Jahr 1999 ist die Firma Vodacom als Großhändler im Mobilfunkgeschäft tätig. Da lag es nah diese Erfahrungen zu nutzen und auch ins Geschäft mit Endkunden einzusteigen. Dabei setzt das Unternehmen auf eine Vielzahl an Marketing Strategien und auf das Motto: "Der Kunde ist König."

Was einen besonderen Kundenservice ausmacht, erfahren Sie im Interview mit Axel Frenzel von vodacom-online.

Was ist das Besondere an Ihrem Shop?

Im Gegensatz zu den meisten Mobilfunkshops bieten wir ausschließlich Handys ohne Kartenverträge an.

Wie sind Sie zum Shopbetreiber geworden?

Die Firma voda.com ist seit 1999 als Großhändler am internationalen Mobilfunkmarkt tätig. Da lag es nahe, diese vorzüglichen Einkaufsmöglichkeiten zu nutzen, um ohne Zwischenhändler den direkten Vertrieb an Endkunden, über den immer mehr an Bedeutung gewinnenden Vertriebskanal Internet, aufzubauen.

Verraten Sie uns, was Sie beruflich gemacht haben, bevor Sie Shopbetreiber wurden?

Ich war im Bereich Auftragsbearbeitung bei einem bekannten deutschen Chemiekonzern tätig.

Welches Shopsystem nutzen Sie?

Wir haben uns beim Einstieg in das Online Business für "xt:commerce" entschieden. Die Verbreitung dieses Open-Source-Systems, sowie die für uns daraus entstehende Flexibilität, war uns sehr wichtig. Auch die bereits am Markt angebotenen Schnittstellen, waren für uns ein gutes Argument. Als positives Beispiel möchte ich hier OSC-Ware erwähnen, welche die Verbindung zur Warenwirtschaft problemlos und komfortabel herstellt.

Welche Zahlungssysteme bieten Sie jetzt an?

Derzeit bieten wir unseren Kunden die Zahlung per Vorkasse, per Paypal und auch Nachnahme an. In Planung ist die Versendung der Ware auf Rechnung. Hierfür sind allerdings noch gewisse Rahmenbedingungen bis zur Umsetzung zu schaffen.

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

Gute Kommunikation mit dem Kunden ist eine der wichtigsten Regeln. Jedes Anliegen wird von unseren Mitarbeitern ernst genommen. Aber auch das Trusted Shops Siegel für geprüfte Onlineshops, ist für viele Kunden ein Kriterium für den Einkauf in einem Onlineshop, wie mir viele Kunden bestätigen. Es geht um Vertrauen zum Händler und dessen Transparenz.

Spielt eBay eine Rolle für Sie?

Sehr wichtig. Zum Einen, ist eBay ein weiterer Absatzweg mit vielen treuen Kunden. Und zum anderen, hilft eBay auch, durch sein Bewertungssystem Vertrauen beim Kunden zu erzeugen. Je mehr positive Bewertungen, desto wahrscheinlicher ist es, dass der Kunde bei uns kauft. Gerade für den Markteintritt, sollte jeder Händler diese Möglichkeit nutzen.

Haben Sie auch ein klassisches Ladengeschäft?

Nein, wir haben kein Ladengeschäft.

Seit wann gibt es Ihren Online-Shop?

Seit September 2007 sind wir online.

Betreiben Sie den Shop haupt- oder nebenberuflich?

Hauptberuflich. Wir sind insgesamt 8 Mitarbeiter, von denen 4 nur für das Onlinegeschäft tätig sind. Der Rest ist im Großhandel tätig.

Planen Sie Neueinstellungen für das Jahr 2008?

Ja, eine zusätzliche Stelle im Lager wird in Kürze besetzt. Außerdem wird ein hauptberuflicher

Webdesigner ab dem Frühjahr das Team unterstützen.

Gibt es Teilbereiche Ihres Shops, die Sie an Partner abgegeben haben?

Wir arbeiten mit einem externen Webdesigner zusammen.

Wie bekommen Sie neue Besucher in den Shop?

Preissuchmaschinen wie guentiger.de oder billiger.de helfen uns, neue Kunden zu gewinnen. Immer mehr Menschen informieren sich über diese Plattformen. Deshalb ist die Präsenz für uns hier sehr entscheidend. Affiliate-Programme, Newsletterwerbung, Suchmaschinen-Marketing, all das sind ebenfalls Schrauben, an denen 2008 gedreht werden muss, um Besucher auf unseren Onlineshop aufmerksam zu machen.

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

Die gibt es immer. Glücklicherweise war keines dieser Dinge so gravierend, dass es Folgeschäden verursacht hätte oder dass unser Zeitplan in Gefahr war.

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

Eine Marketingaktion hat uns tatsächlich unerwartet positiv überrascht. Bitte haben Sie Verständnis, dass ich nicht näher darauf eingehen möchte.

Hatten Sie in der Vergangenheit Probleme mit Abmahnungen?

Ja, leider. Kurz nach Markteintritt wurden wir von einem aufmerksamen Mitbewerber in einer Wettbewerbssache abgemahnt. Eine unschöne Erfahrung.

Haben Sie Tipps für andere Shopbetreiber?

Meine Devise lautet: "Der Kunde ist König!" Nur wenn man seine Kunden ernst nimmt, kann man überleben. Nicht jeder Shopbetreiber hat die Zeit oder die personellen Kapazitäten, ein umfangreiches CRM-System einzuführen. Wer auf Anfragen seiner Kunden nicht reagiert, braucht sich wirklich nicht zu wundern, wenn niemand die angebotene Ware kauft.

Woran arbeiten Sie zur Zeit?

Wir müssen in der jetzigen Phase unsere Positionierung am Markt verbessern. Diesbezüglich laufen Verhandlungen mit verschiedenen Kooperationspartnern. Marketing wird einen großen Teil meiner Arbeit in 2008 ausmachen.

Nutzen Sie schon Web 2.0 Möglichkeiten, z.B. einen eigenen Blog, Produktbewertungen oder soziale Netzwerke?

Noch nicht genug. Dies wird ebenfalls in 2008 angegangen. Wir wissen um die Wichtigkeit dieser Möglichkeiten und deren positiven Effekte.