

Langfristige Erfolgsstrategie und hochwertige Produkte - Interview mit weinkontor-scheucher.de



Besonders an Gourmets und Weinliebhaber richtet sich das Angebot des Weinkontors Scheucher. Zu einem guten Wein gehören aber stets auch andere kulinarische Köstlichkeiten, die das Geschmackserlebnis vollkommen machen sollen.

Lesen Sie mehr zu diesem Thema im Interview mit weinkontor-scheucher.de

Was ist das Besondere an Ihrem Shop?

Die Idee unseres Shops besteht darin, dem Käufer ein kulinarisches „Rundumpaket“ anbieten zu können. Basis dafür ist das Produktangebot, das auf italienischen Weinen, Prosecco, Balsamico und feinsten Olivenölen aufbaut. Im Focus steht dabei die hohe Qualität der Waren, die auch bezahlbar sein soll. Um diese Prämissen erfüllen zu können, ist es notwendig, aus einem größeren Repertoire von Importeuren schöpfen zu können.

Wie sind Sie zum Shopbetreiber geworden?

Wir wollten immer höchste Qualität zu einem fairen Preis anbieten und natürlich sehr viele Endabnehmer erreichen. So wird ein feudal eingerichteter Verkaufsraum eingespart und über das Internet ist eine entsprechend flexible, zügig anwachsende Verkaufsplattform gewährleistet. So war es für uns der logische Schritt, einen Shop zu generieren.

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

Als gebürtige Pfälzerin bin ich mit Wein groß geworden. Mein Mann ist Dipl.-Ing. und unterstützt mich natürlich bei technischen Fragen bzw. Problemen, gerade, wenn es um Konzeption bzw. Modifikationen des Shops handelt.

Welches Shopsystem nutzen Sie?

Wir benutzen das Shopsystem von Stratos, das mein Mann unseren Wünschen bezüglich Aufbau und Design angepasst hat.

Welche Zahlungssysteme bieten Sie jetzt an?

Momentan bieten wir die „Klassiker“, Vorkasse, Rechnung bzw. Nachnahme an. Kurzfristig werden wir aber die Möglichkeit der Zahlung mit Karte bzw. PayPal anbieten. Über diese Erweiterung erwarten wir zukünftig einen großen Kundenzuspruch, gerade bei Bestellungen aus dem Ausland.

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

Wir sind natürlich ein zertifizierter Trusted-Shops mit Geld-Zurück Garantie. Dieser Sachverhalt macht unser System per se aus Kundensicht sicher und damit auch vertrauenswürdig.

Spielt eBay eine Rolle für Sie?

eBay spielt bei uns eine wichtige Rolle. Ungefähr 20% unseres Umsatzes wird über eBay getätigt. Ausschlaggebend dabei ist, dass bei eBay nicht alle Artikel, die es im Shop gibt, angeboten werden. Vielmehr werden hier kleinere Restmengen, die zum Teil preislich sehr interessant sind, angeboten.



Seit wann gibt es Ihren Online-Shop?

Unser Shop läuft seit November 2006.

Betreiben Sie den Shop haupt- oder nebenberuflich?

Der Shop läuft momentan noch nebenberuflich. Für den Aufbau des Geschäftes, wie wir es betreiben, sind mindestens 2 bis 3 Jahre erforderlich, um einen robusten Kundenstamm aufzubauen.

zu können und um ein attraktives Produktangebot zusammenzustellen. Hierbei sind sowohl die Auswahl der einzelnen Produkte, als auch die Art und Anzahl der Bezugsquellen zu beachten. Zur Zeit arbeiten 3 Personen im Weingeschäft.

Wie bekommen Sie neue Besucher in den Shop?

Wir sind natürlich bei sehr vielen Suchplattformen über entsprechende Anbieter eingetragen.

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

Der Aufwand der Konzeption des eigenen Internet-Auftrittes und die Modifikation der Shop-Funktionalitäten und des Designs lag 400% über den geplanten Werten. Somit verzögerte sich der Zeitpunkt des Internet-Auftrittes um ca. 4 Monate.

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

Die faire und zuverlässige Zusammenarbeit mit Importeuren in punkto Zahlungsmoral und -handhabung sowie das Reklamationsmanagement, das sich, bezüglich der gewährten Rabatte und Lieferbedingungen, nach kurzer Zeit sehr positiv entwickelte,

Hatten Sie in der Vergangenheit Probleme mit Abmahnungen?

Ja, wir sind schon einmal abgemahnt worden. Durch die Einschaltung eines Rechtsanwaltes, der auf Markenrecht spezialisiert ist, hielt sich der Schaden aber in Grenzen. Den lieben Mitbewerbern, die teilweise unverschämte Forderungen bei Abmahnungen stellen, kann man am besten mit einer Gegenabmahnung den Wind aus den Segeln nehmen. Wichtig ist dabei, dass man die Sache sofort einem Spezialisten übergibt und nicht selbst auf Abmahnungen schriftlich reagiert oder gar unterschriebene Dokumente verschickt.

Haben Sie Tipps für andere Shopbetreiber?

Sorgen Sie dafür, dass die Unabhängigkeit von Importeuren und Lieferanten gewährleistet ist. Gerade bei kurzfristigen Preisanhebungen, die sehr erheblich sein können, ist es oft „überlebensnotwendig“, auf ein Portfolio von mehreren Bezugsquellen zurückgreifen zu können. Bei Bedarf, können somit „kritische Waren“, wie nicht mehr wettbewerbsfähige Produkte aus dem Angebot genommen werden, ohne das Gesamtangebot zu gefährden. Kontinuierliche Marktbeobachtung, ist ein wesentlicher Erfolgsgarant für einen erfolgreichen Shop. Hierbei sind die Produkte untereinander - d.h. über den Wettbewerb - zu vergleichen. Die Verkaufspreise und die zusätzlichen Aufwendungen wie Versand und Rabattstaffeln, müssen regelmäßig dargestellt werden und gegebenenfalls angepasst werden.

Woran arbeiten Sie zur Zeit?

Oberste Priorität hat zur Zeit die Überarbeitung unseres Shops. Durch entsprechende Modifikationen soll er noch anwenderfreundlicher bzw. interessanter werden. Außerdem wird in diesem Jahr unser Angebot komplett überarbeitet. Einige „Ladenhüter“ werden entfernt, bzw. erfolgreiche Linien weiter ausgebaut. Das gilt nicht nur für das Weinangebot, sondern auch für die Kombination mit den ergänzenden Produktthemen wie Balsamico, Grappa und Olivenölen. Hierbei werden Wein, Grappa und Öl vom selben Produzenten gern von Kunden im Paket geordert.

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

Nein, bisher nicht. Das wird aber im Laufe des Jahres angestrebt.

Wo informieren Sie sich zum Thema Online-Shopping?

In erster Linie über Websites und diversen Foren.

Welche Strategie lag Ihrem Entschluss, einen Online-Shop zu eröffnen zugrunde?

Grundsätzlich muss klar sein, welche Aufbaustrategie machbar bzw. für Ihre Verhältnisse optimal ist. Bevorzugen Sie einen konservativen Ansatz mit einzelnen, über längere Zeitabschnitte abgesicherten Aufbaustufen oder einen progressiven, der innerhalb eines kurzen, definierten Zeitraumes die höchste Leistungsstufe erreicht hat. Wir hatten die Möglichkeit, eine mittelfristige Umsetzungs-Strategie zu wählen, die einen konservativen Shop-Aufbau mit voller Leistungsentfaltung nach 3 Jahren vorsieht.

Wenn Sie sich selbst ein Bild vom Shop machen wollen, finden Sie hier den Link: www.weinkontor-scheucher.de und hier das Shopprofil bei Trusted Shops.