

Joint Venture mit Otto Office - Interview mit Inkpool.de und Computerpool.de

✘ Inkpool.de und computerpool.de bieten ihren Geschäfts- und Privatkunden alles zum Thema Computer, EDV-Zubehör und Verbrauchsmaterialien. Dabei setzen die Online-Shops vor allem auf Kundenzufriedenheit, Vertrauen und Kompetenz. Dies wird mit dem Joint Venture mit dem Unternehmen Otto Office noch verstärkt.

Lesen Sie mehr über inkpool.de und computerpool.de im Interview mit Geschäftsführer Roy Vieregge.

Herr Vieregge, was ist das Besondere an Ihren Shops?

Mit unseren Shops inkpool.de und computer-pool.de verfolgen wir das Ziel unseren Kunden ein komplettes Angebot rund um das Thema **Computer, EDV-Zubehör** und Verbrauchsmaterialien zu bieten. Jede Bestellung wird in der Regel innerhalb von 24h geliefert und das zu attraktiven Preisen und Lieferkonditionen. Wir wollen die Kundenwünsche und Bedürfnisse in den Vordergrund stellen und werden auch weiterhin unsere Shops und Marketingaktivitäten daraufhin ausrichten.

Welches Shopsystem nutzen Sie?

Wir nutzen eine komplette Eigenentwicklung auf PHP Basis.

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

✘ Das Vertrauen unserer Kunden ist Mittelpunkt unseres Tun und Handelns. Wir möchten uns über glaubwürdige Angebote und Preise, einem partnerschaftlichen Umgang bei Kundenanfragen und Reklamationen sowie einer individuellen Beratung, das Vertrauen des Kunden verdienen. Letzlich gehören inkpool.de und computerpool.de nun zu dem Verbund von Unternehmen der Otto Group. Und wir werden alles daran setzen, dieser Verantwortung gerecht zu werden. Zuverlässigkeit, Nachhaltigkeit und Verantwortung stehen natürlich im Vordergrund.

Betreiben Sie die Shops haupt- oder nebenberuflich?

Die Shops werden als Joint Venture zwischen der Otto Office GmbH & Co KG und mir, Markus Schmitz, Shopgründer von inkpool.de und computerpool.de, betrieben.

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

Das Warenfullfillment übernimmt im Moment ein international aktiver Großhändler. Des Weiteren werden Aufgaben des Marketings und der Servicefunktionen von den Joint Venture Partnern (Otto Office GmbH Co KG und mir, Markus Schmitz) übernommen. Im Rahmes des Joint Ventures bringen wir größtmögliche Synergien aus dem Know-How beider Firmen ein.

Wie bekommen Sie neue Besucher in die Shops?

Ein Großteil unserer Besucher erhalten wir über natürliche Suchergebnisse von Google und über Kooperationen und Werbepartner. Wir planen eine Community und ein Forum innerhalb unserer Shops aufzubauen, um Kundenbindung durch weitere Service- und Dienstleistungen zu erzielen.



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

Es gab und wird auch immer Dinge geben die nicht zu 100% so funktionieren wie man sich das vorher vorgestellt hat. Aber das ist auch gut so, denn das bedeutet, dass wir noch nicht am Ende der Optimierungsmöglichkeiten angekommen sind und unsere Shops immer noch besser machen können und auf die Kundenbedürfnisse hin weiterentwickeln.

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

Der Traffic über Googles Suchergebnisse hat eine sehr große Relevanz in den letzten Jahren gewonnen und wird noch stärker werden.

Welche Tipps haben Sie für andere Shopbetreiber?

Kalkulieren Sie richtig! Geld muss erst einmal verdient werden, dann kann investiert werden.

Nutzen Sie schon Web 2.0 Möglichkeiten?

Wie gesagt, wir werden diese Themen stärker angehen und die Web 2.0 Funktionalitäten werden mit Sicherheit künftig eines der wichtigen Elemente für unsere Webauftritte darstellen.



Mehr zu den Shops finden Sie bei inkpool.de (Trusted Shops Profil) und computerpool.de (Trusted Shops Profil)!