

Mit Verbraucher-Feedback zum Erfolg - Interview mit 1aolivenoel.de

✖ Hochwertige Olivenöle und Feinkost aus kleinen italienischen Manufakturen – dafür steht Shopbetreiber Manfred Gosch mit 1aOlivenoel.de. Mit Funktionen für Verbraucher-Feedback und der Möglichkeit, den Shop zu bewerten, entwickelt Gosch seinen Shop kontinuierlich erfolgreich weiter.

Lesen Sie mehr im Interview mit Manfred Gosch.

Herr Gosch, was ist das Besondere an Ihrem Shop?

Die Idee von 1aOlivenoel.de ist es, hochwertige Olivenöle und Feinkost von kleineren Manufakturen anzubieten und so für den Endverbraucher und den Lieferanten Synergieeffekte zu erzielen. Der Endverbraucher kann exquisite Öle, also keine Massen- und Industrieprodukte, beziehen, der Lieferant kann seine Marktanteile und den Bekanntheitsgrad erhöhen.

Welches Shopsystem nutzen Sie für Ihre Website?

Ich nutze ein vorkonfiguriertes Shopsystem eines Webhostingpartners. Alle Funktionen sind Standard. Layout, Farben und Design sind konfigurier- und änderbar. Die nötigen Texte mussten natürlich noch ergänzt werden.

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

Interneteinkauf ist in der Hinsicht kritisch, dass der Kunde das Produkt nicht anfassen und sich so überzeugen kann. Deshalb ist es wichtig, dass der Kunde Sicherheit bekommt, wenn seine Lieferung gar nicht oder beschädigt bzw. fehlerhaft ankommt. Deshalb haben wir uns auch für das Siegel von Trusted Shops entschieden um hier die Sicherheit und Zuverlässigkeit abzudecken.

Weiter haben wir in unserem Shop die Möglichkeit geschaffen, einen Gästebucheintrag vorzunehmen – also 1aOlivenoel.de zu bewerten. Der potentielle Kunde hat die Möglichkeit sich hier zu informieren, welche Erfahrungen andere Kunden gemacht haben.

✖ **Betreiben Sie den Shop haupt- oder nebenberuflich?**

Der Shop wird von mir nebenberuflich betrieben.

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

Grafik und Design wurde zur Gründung von 1aOlivenoel.de von mir selbst übernommen. Um erfolgreich zu sein, mußte dann aber professionelle Hilfe her. Deshalb wurde der Relaunch, das CI Design und die zusätzlichen Marketingaktivitäten wie Flyer und Werbeanzeigen von einem Grafik-Büro übernommen. Die Zusammenarbeit klappte sehr gut.

Wie bekommen Sie neue Besucher in den Shop?

Werbung, Werbung und nochmals Werbung!

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

Nein eigentlich nicht. Als Betreiber wächst man mit den Aufgaben und identifiziert sich mit seiner Tätigkeit.

Welche Tipps haben Sie für andere Shopbetreiber?

Betrachten Sie Ihren Shop, also auch Ihr Geschäftsmodell, mit Abstand. Ich habe bei Änderungen, zum Beispiel am Layout und den Texten von Freunden und Bekannten Feedback erbeten – bis sich eine gewisse Sicherheit im Tun und Kontinuität eingestellt hat.

Das Gleiche galt für die Produkte und die Preise. Ich fragte „was ist es dir wert“, „was bist du bereit dafür auszugeben“ ohne vorherige Beeinflussung durch meinen möglichen kalkulierten Preis. Diese Methode hat sich als sehr erfolgreich und auch realistisch erwiesen.

Wichtig für mich war auch das Thema Versand und Verpackung. Ich habe mich dafür entschieden, Porto und Verpackung grundsätzlich unabhängig vom Warenkorbwert zu berechnen. Diese Kosten kann ich nicht beeinflussen. Stattdessen gewähre ich Warenkorbrabattstaffeln, welche für den

Kunden unterm Strich mehr Ersparnis bringen. Ich finde, dass der Kunde so transparentere Preise bekommt und ich kann durch meine Einkaufspolitik meine Marge besser beeinflussen.

