

Zu viele Siegel verunsichern die Kunden - Interview mit Fotemia.de

 Fotemia.de bietet ein vielfältiges Angebot an Digitalkameras, Spiegelreflexkameras, Objektiven, Filtern, Camcordern, Fernoptik, Druckern und Multimediaprodukten. Dabei ist es Fotemia als Fachhändler besonders wichtig, den Kunden eine qualifizierte Beratung durch kompetentes Foto-Fachpersonal zu bieten.

Erfahren Sie mehr im Interview mit Shopbetreiber Nik Wagner.

Was ist das Besondere an Ihrem Shop?

Fotemia.de ist einer der größten Internetanbieter im Bereich Foto, Video und Multimedia. Mit Stolz präsentieren wir ein im Internet einzigartiges Sortiment, d.h. Kunden finden in unserem Shop weit über 10.000 unterschiedliche Produkte. Auf Grund der Größe des Warenlagers, können Bestellungen extrem schnell bearbeitet und versandt werden. Die Kunden profitieren somit von der Auswahl, den günstigen Preisen und der Schnelligkeit.

Fotemia.de hat sich bewusst als Fachhändler im Internet positioniert. Kunden haben die Möglichkeit sich an 6 Tagen in der Woche mit unseren Support-Mitarbeitern per Telefon oder per Mail in Verbindung zu setzen, um Fragen zu klären und um sich fachkundig beraten zu lassen. Unsere hochwertigen Produkte verkaufen wir zu aggressiven Internetpreisen und bieten den Kunden zudem umfangreiche Fachberatung.

Wie es sich für einen seriösen Fachberater gehört, tritt Fotemia.de sehr dezent und strukturiert auf. Wir heben uns von Mitbewerbern ab, die marktschreierische und vollkommen überladene Web-Designs für Ihre Seiten gewählt haben. Fotemia.de geht einen individuellen Weg; wild blinkende Teaser haben auf unserer Seite keinen Platz. Der Kunde soll in Ruhe einkaufen und sich in einem angenehmen Ambiente über Produkte seiner Wahl informieren können. Gerade in Zeiten, in denen der Kunde von Angeboten regelrecht überflutet wird, muss man sich seiner Stärken besinnen und eine komplett andere Richtung einschlagen. Fotemia.de ist dieser Schritt sicherlich gelungen.

Welches Shopsystem nutzen Sie?

Fotemia.de nutzt ein individuell programmiertes System, das von den hauseigenen Entwicklern in eindrucksvoller Art und Weise umgesetzt wurde.



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

Vertrauen ist ein elementarer Aspekt im Konzept von Fotemia.de! Um das Vertrauen der Kunden zu gewinnen, wurde Hauptaugenmerk auf das Web-Design und die Funktionalität gerichtet. Gedeckte Farben, klare Strukturen, einfache Navigation – all diese Punkte führen dazu, daß sich Kunden auf Fotemia.de zurechtfinden, wohlfühlen und schlussendlich zu einer positiven Kaufentscheidung gelangen. Erreichbarkeit erzeugt Vertrauen – wir sind ein Internethändler zum „Anfassen“! Kunden können im Gespräch mit unseren Support-Mitarbeitern Produktfragen klären und sich von der Vertrauenswürdigkeit von Fotemia überzeugen. Durch diese Maßnahme signalisiert Fotemia.de, dass der Kunde stets mit der Hilfe durch qualifizierte Fachberater rechnen kann. Bekannte Siegel helfen zudem Vertrauen zu generieren. Es muß sich natürlich um Siegel handeln, die einen hohen Bekanntheitsgrad haben und die durch Qualität für Vertrauen stehen. Weniger ist Mehr! Fotemia.de setzt deshalb gezielt auf einige Wenige: GeoTrust (SSL-Verschlüsselung), Chip/Xonio-Online-Shop Siegel (steht für Kompetenz im Elektronik-Bereich) und natürlich auf Trusted-Shops. Ich bin der Meinung, dass eine Konzentration auf ein paar wenige Siegel mehr Vertrauen erzeugt, als eine Liste mit 20 unterschiedlichen Siegeln – zu viele Siegel verunsichern die Kunden.

Gibt es technische Besonderheiten, auf die Sie stolz sind?

In wenigen Wochen präsentieren wir unseren neuen Online-Kaufberater. Vorwegnehmen möchte ich, daß dieser Kaufberater keinesfalls unser Support-Team ersetzen soll, sondern vielmehr in Zeiten zum Tragen kommt, in denen der Support nicht verfügbar ist – wie beispielsweise Nachts oder an Sonn- und Feiertagen. Der Kaufberater hilft unseren Kunden durch gezielte Fragen, bei der Suche nach der geeigneten Kamera. Ein spezielles Team, bestehend aus ausgebildeten Foto-Fachleuten

und Programmierern, entwickelte in den letzten Monaten eine Reihe von Fragen und Anwendungen; die jeweiligen Antworten führen den Kunden immer näher an die Wunschkamera heran. Beschreibende Bilder helfen den Kunden zudem, einzelne Fragen besser zu verstehen und dadurch gezielter zu antworten.

Der Online-Kaufberater wird mit großer Spannung vom gesamten Fotemia-Team erwartet. Wir freuen uns schon jetzt, unseren Kunden dieses neue Tool präsentieren zu können.

Des Weiteren bieten wir auf Fotemia.de einen Set-Konfigurator an, mit dem der Kunde sein eigenes Set erstellen kann. Der Kunde ist nicht länger an starr-vorgegebene Sets gebunden, sondern kann flexibel sein jeweiliges Wunsch-Set zusammenstellen. Zudem profitiert der Kunde von unschlagbaren Rabatten bei Hinzunahme von einzelnen Setkomponenten.

Es stehen weitere neue Entwicklungen in den Startlöchern, die den Kunden sicherlich noch viel Freude bereiten werden.

Welche Rolle spielt Ebay für Sie?

Fotemia vertreibt bisher noch keine Artikel über ebay – ebay als zusätzlichen Vertriebskanal zu nutzen, ist für die Zukunft aber durchaus angedacht.

Betreiben Sie den Shop haupt- oder nebenberuflich?

Der Shop wird hauptberuflich betrieben. Fotemia.de beschäftigt derzeit 34 Personen.

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

Alle Bereiche werden hausintern durchgeführt. Wir haben in den letzten Jahren ein Team aufgebaut, das maßgeblich für den Erfolg von Fotemia.de verantwortlich ist. Alle Mitarbeiter ziehen an einem Strang und sind stolz auf die Entwicklung der letzten Jahre.



Wie bekommen Sie neue Besucher in den Shop?

Fotemia.de bezieht den größten Teil seiner Neu-Kunden über Preissuchmaschinen; Kunden interessieren sich für ein bestimmtes Produkt und suchen gezielt nach einem kostengünstigen Anbieter. Viele Kunden kommen aber auch über Google; Suchmaschinenoptimierung steht damit auch bei uns im Fokus. Des Weiteren schaltet Fotemia in Foto-Fachmagazinen Printwerbung und zieht damit foto-interessierte Kunden auf die Website. Affiliate-Programme und Partner-Seiten beschern uns weitere Besucher.

Außerdem hat sich Fotemia über die Jahre hinweg einen beachtlichen Teil an Stammkunden aufgebaut, die in regelmäßigen Abständen unsere Website besuchen und für kontinuierliche Umsätze sorgen.

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

Personalbeschaffung war und ist nach wie vor ein großes Problem – das Wachstum wurde immer wieder personalbedingt ausgebremst. Es ist sehr schwierig Fachleute zu finden, die unser Team unterstützen wollen und können.

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

Das Engagement der Fotemia-Mitarbeiter hat eine sehr positive Eigendynamik erreicht. Jede(r) Einzelne hat eine spezielle Aufgabe und diese versucht jede(r) Mitarbeiter(in) perfekt zu erfüllen. Mit der Ausführung der Arbeit wird erst die Arbeit eines anderen Mitarbeiters möglich. Alles greift ineinander – jeder muss und kann sich auf seine Kollegen verlassen. Ein tolles Gefühl – ein perfektes Arbeiten.

Hatten Sie in der Vergangenheit bereits Probleme mit Abmahnungen?

Wir wurden in der Vergangenheit ein einziges Mal abgemahnt. Der Grund für die Abmahnung waren 4 veraltete UVPs, die im Zuge der Produktpflege vergessen wurden zu korrigieren. Dies war ein sehr teurer Fehler. Hätte Trusted Shops bereits zu dieser Zeit unseren Shop geprüft, wäre uns diese Erfahrung sicherlich erspart geblieben. Aber somit weiß man eine Prüfung in diesem Maße erst richtig zu schätzen.

Welche Tipps haben Sie für andere Shopbetreiber?

Es ist ungemein wichtig den Kunden stets im Fokus zu haben. Das alte Sprichwort: „Der Kunde ist König“, klingt zwar mittlerweile ein wenig abgedroschen, steht in der heutigen Zeit aber immer noch für den Weg, den ein Shopbetreiber einschlagen sollte. Bei allen Bestrebungen und Neuerungen, sollte immer die Frage im Vordergrund stehen, welchen Nutzen der Kunde von den geplanten Maßnahmen hat und ob diese auch vom Kunden angenommen werden.

Bieten Sie ein Höchstmaß an Service und der Kunde wird es Ihnen danken. In einer Welt, die immer

anonymer und unpersönlicher wird, sollte man sich mit seinem Shop in die entgegengesetzte Richtung entwickeln. Liefern Sie Produkte schneller und zuverlässiger als andere Anbieter, kommunizieren Sie mit Ihren Kunden z.B über kontinuierliche Statusmeldungen zur Bestellung, wickeln Sie Rücksendungen schnell und unkompliziert ab, seien Sie an 6 Tagen in der Woche erreichbar und bieten Fachberatung zu Internetpreisen. Auf diesem Wege kann man beim Kunden definitiv punkten und setzt sich gegen große und unbewegliche Mitbewerber durch.



Nutzen Sie Web 2.0 Möglichkeiten?

Im Zuge des Re-Launches unseres Online-Shops im Oktober 2008, wurden Web 2.0 Applikationen in unser Shopsystem aufgenommen. Kunden können seitdem Produktbewertungen verfassen und diese auf unserer Website veröffentlichen. Andere Interessenten profitieren von diesen Erfahrungsberichten. „Von Kunden für Kunden“, so bezeichnen wir diese überaus gelungene Web 2.0 Anwendung. Produktbewertungen helfen Kunden bei der Finalisierung Ihrer Kaufentscheidung. Ein Blog wird in den nächsten Tagen folgen; hier laufen die letzten Vorbereitungen. Wir bieten damit unseren Kunden die Möglichkeit über Dinge zu diskutieren, die Fotemia.de, die Fotobranche und Produkte betreffen. Zudem werden wir im Blog stets brandaktuelle Neuigkeiten veröffentlichen – welche Digitalkamera und welches Objektiv kommt neu auf den Markt, für welche Aufnahmesituationen eignet sich welche Kamera etc. Wir freuen uns auf eine rege Beteiligung und auf viele interessierte Besucher.

Wo informieren Sie sich zum Thema Online-Shopping?

Viele Ideen für neue Funktionen entstehen im Zuge der täglichen Arbeit mit dem System. Kunden und Mitarbeiter geben brauchbare Anregungen, die von unserem Entwickler-Team dankbar aufgegriffen und umgesetzt werden. Dennoch durchforsten wir täglich das Internet und halten Ausschau nach neuen Einflüssen. Um einen umfangreichen Einblick zu erlangen, werden die unterschiedlichsten Websites betrachtet – aber auch Foren und Blogs geben Auskunft über die Interessen unserer Kunden. Nur wenn man seine Kunden und seine Mitbewerber kennt, kann man erfolgreich am Markt bestehen.

Machen Sie sich selbst ein Bild von diesem interessanten Shop unter fotemia.de oder im Trusted Shops Shopprofil.