

5 Fehler, die Sie beim Online Marketing vermeiden sollten

✘ Nachdem wir sonst oft so genannte "to-do-Listen" mit den besten Tipps zu einem bestimmten Thema im Shopbetreiber-Blog veröffentlichen, haben wir es diesmal mit einer "not to do-Liste" zu tun, die erklärt, wie man die häufigsten Fehler vermeiden kann und die Sie hoffentlich bei der Planung Ihrer Marketing Strategie inspirieren kann.

Erfahren im folgenden Beitrag mehr zu diesem Thema.

Justin Palmer von Palmer Webmarketing hat sich Gedanken zum Thema Marketing für Shopbetreiber gemacht und dabei einige typische Strategien identifiziert, die bei der Planung von Marketingmaßnahmen oft zum Einsatz kommen und die fünf häufigsten im folgenden Beitrag genau unter die Lupe genommen. Exklusiv für die Leser des Shopbetreiber-Blogs haben wir diesen Artikel mit freundlicher Genehmigung von Palmer Webmarketing ins Deutsche übersetzt.

Hier sind nun also die 5 Anti-Marketing-Strategien:

1. Verlassen Sie sich nicht nur auf Preisnachlässe

Stellen Sie sich einmal vor, Sie würden ein Jahr lang alle Produkte oder Dienstleistungen ohne Preisnachlässe zum vollen Preis anbieten. Würden Sie dies überleben? Was sagt das Ihrer Meinung nach über Ihr Geschäft bzw. Ihre Marke aus? Nach der Meinung von Kevin Hillström, einem amerikanischen e-Commerce Experten und Autor des Buches "The Internet Revolution" sind Preisnachlässe Steuern für Marken oder Shops, die sich nicht durch andere Merkmale von der Masse abheben. Welche sind die Eigenschaften, durch die sich Ihr Shop oder Ihre Marke wirklich von anderen unterscheidet? Und welche Gründe könnte ein potentieller Kunde haben, lieber bei einem Ihrer Konkurrenten zu kaufen?

Wenn Sie sich zu Zeiten der Wirtschaftskrise Ihre Umsätze abhängig davon gemacht haben, dass Sie Ihren Kunden Preisnachlässe gewährt haben, beginnen Sie damit, Ihre Kunden zu entwöhnen. Je abhängiger Ihre Umsätze von der Gewährung von Preisnachlässen sind, desto eher sollten Sie beginnen, sich um Alleinstellungsmerkmale zu bemühen, mit denen Sie sich nachhaltig von Ihren Mitbewerbern differenzieren können.

2. Verlassen Sie sich nicht auf so genannte "Best Practises"

Das Internet Business entwickelt sich weiter. Es reicht nicht aus, nur mit dem Strom zu schwimmen und das zu tun, was alle tun. Wir alle wissen bereits, dass ein Online-Shop schnell verfügbare Webseiten und einen einfach zu bedienenden Warenkorb braucht. Vielleicht ist jetzt die beste Zeit, neue, gewagtere Strategien auszuprobieren. Es kann natürlich weiterhin auch hilfreich sein, sich an erfolgreichen Strategien anderer zu orientieren. Aber warum versuchen Sie dieses Jahr nicht, Ihre eigene, neue und erfolgreiche Strategie zu entwickeln.

3. Verlassen Sie sich nicht darauf, einfach nur "mehr" zu tun

Besonders in Zeiten der Rezession erscheint es oft naheliegend, einfach nur mehr zu tun. Das bedeutet mehr e-Mails, mehr Werbung, mehr Anzeigen usw. Aber mehr bedeutet nicht, dass es

dadurch besser wird und auch die Umsätze steigen. Nein, im Gegenteil, es kann dazu führen, dass sich durch die höheren Ausgaben schon ein finanzielles Loch für das nächste Jahr bildet und insgesamt die Qualität darunter leidet. Stellen Sie sich vor, wie es wäre, wenn Sie Ihr Marketing Budget für ein Jahr um die Hälfte kürzen müssten.

Welche Konsequenzen hätte das für Ihre Marketing Strategie? Versuchen Sie es in diesem Bereich einmal mit Qualität anstatt mit Quantität. Was nützen Ihnen beispielsweise Massen von Besuchern in Ihrem Shop, die Sie mit einem globalen, unspezifischen und teuer über Adwords eingekauften Keyword auf Ihre Seite gelockt haben, wenn diese nicht die gewünschten Umsätze in Ihrem Shop generieren, weil sie ein anderes Produkt gesucht haben?

Beispiel SEM mit Google Adwords:

Für ein Keyword wie beispielsweise "iPod-Nano" würden Sie bei Google viel Geld bezahlen, weil hier der Preis für das entsprechende Adword - durch die große Nachfrage - sehr hoch sein wird. Dieses Keyword wird viele Besucher in Ihren Shop locken, von denen jedoch viele nur ein Bild oder eine Beschreibung suchen und nichts kaufen. Versuchen Sie es deshalb einmal mit spezifischen Keywords, wie beispielsweise "iPod-Nano-8GB-blau-kaufen", die weniger Kosten verursachen dafür aber die Besucher zu Ihrem Shop bringen, die letztlich auch für Umsatz sorgen, weil sie exakt das finden, was sie gesucht haben. Das bedeutet zwar weniger Seitenaufrufe im Shop aber dafür mehr Konversion.

4. Verlassen Sie sich nicht nur auf das Feedback Ihrer Kunden

Viele Unternehmen verlassen sich darauf, dass Sie gutes Feedback von Ihren Kunden bekommen. Das Problem dabei kann sein, dass die, von denen Sie am wahrscheinlichsten ein Feedback bekommen, Ihre zufriedenen Kunden sind. Dies kann zwar - nach Außen kommuniziert - eine sehr effektive Marketingmaßnahme zur Gewinnung neuer Kunden sein.

Interessanter in Bezug auf Maßnahmen zur Verbesserung Ihres Angebotes ist letztlich aber das Feedback der Kunden, die Ihren Shop gar nicht erst in Betracht gezogen haben bzw. die sich nach einem Besuch Ihres Shops gegen einen Kauf entschieden haben. Versuchen Sie dieses Jahr, diese potentiellen Kunden zu erreichen, von denen sie dringend Feedback brauchen. Wichtig ist es, sich in diesem Zusammenhang vor der praktischen Umsetzung mit den datenschutzrechtlichen Vorgaben zu beschäftigen.

5. Übertreiben Sie es nicht bei der Analyse

Es gibt mittlerweile dutzende Web-Analyse-Tools, die in den letzten Jahren auf den Markt gekommen sind und die in einer Vielzahl der Online-Shops eingesetzt werden. Schon jetzt werden viele Shopbetreiber durch die daraus resultierenden Datenströme überschwemmt und oft auch überfordert. Dabei ist es mit dem Generieren von Datenströmen noch lange nicht getan, denn diese wollen auch analysiert werden, bevor wirklich Strategien aus ihnen abgeleitet werden können.

Für die meisten Shops läuft es letztlich aber auf einige wenige Kennzahlen hinaus: Seitenaufrufe, Konversionsrate und durchschnittliche Warenkorbgröße. Konzentrieren Sie sich vorerst auf diese Kennzahlen und gehen Sie der Frage auf den Grund, wie sich diese grundlegenden Kennzahlen verbessern lassen. Fangen Sie am besten direkt an, Ihre besten Ideen zu diesem Thema unter Beachtung der Datenschutzvorgaben in der Praxis zu testen.

Haben Sie weitere Ideen oder Erfahrungen zu Fehlern bei der Marketing Strategie oder beim Suchmaschinenmarketing?

Dann schreiben Sie einfach einen Kommentar.