

Apple Computer, iPod, iPad & Co. - Interview mit macxperts

☒ Beim Oldenburger Apple-Spezialist macXperts beraten kompetente Mitarbeiter den Kunden in allen Fragen rund um Apple Hardware, Software und Zubehör. Aber auch das Thema Einsatz von Apple Produkten im Multimedia- und Heimkino Bereich wird hier groß geschrieben.

Erfahren Sie mehr zu diesem Thema im Interview mit Markus Schall.

Beschreiben Sie kurz Ihren Shop?

macXperts bietet Produkte rund um den Apple Mac, das iPhone und den iPod an. Die Produktpalette erstreckt sich von den Apple-Geräten über Peripheriegeräte und Software bis hin zu Multimedia- und Heimkino-Lösungen. Um einen Mac optimal als Media-Center nutzen zu können, bietet macXperts fertig konfigurierte Lösungen für DVB-T sowie digitales Kabel- und Satellitenfernsehen an.

Auf der Internetseite bietet macXperts viele Informationen, Hilfen und Anleitungen rund um den Einsatz von Apple Mac OS X. Abgerundet wird das Angebot durch täglich aktuelle News aus der Apple-Welt.

Seit wann gibt es Ihren Online-Shop?

Der macXperts Web-Store wird seit Dezember 2007 betrieben.

Betreiben Sie den Shop haupt- oder nebenberuflich?

Der Online-Shop wird hauptberuflich betrieben. Da es sich um einen Familienbetrieb handelt, werden zur Zeit keine externen Mitarbeiter beschäftigt.

Haben Sie auch ein klassisches Ladengeschäft?

macXperts betreibt ausschließlich den Handel über den Online-Shop. In den Anfangszeiten wurde in Oldenburg auch ein Ladengeschäft betrieben – da wir jedoch in diesem Bereich wenig Erfahrung hatten und ein Ladengeschäft sehr personalintensiv ist, wurde das Ladengeschäft wieder aufgegeben.

Welches Shopsystem nutzen Sie?

Unsere Web-Präsenz besteht aus zwei Systemen – als Content Management System setzen wir Typo3 ein, als Shopsystem wird ein auf unsere Bedürfnisse angepasstes xt:commerce verwendet. Die Entscheidung für xt:commerce war gar nicht so einfach, heute würde sie wohl noch schwerer fallen, weil es immer mehr gute Shop-Systeme auf dem Markt gibt. Grundsätzlich sind wir mit unserem Shopsystem aber sehr zufrieden, da es flexibel erweiterbar ist und auf Standards aufsetzt.

Auf welche technischen Besonderheiten Ihres Shops sind Sie besonders stolz?

Wir gehen mit unserem Internetauftritt stark in Richtung Web 2.0. Beispielsweise betreiben wir seit August 2009 einen Newsfeed über twitter, der auch direkt auf unserer Startseite erscheint und so unsere Kunden täglich über aktuelle News aus der Apple-Welt informiert.

Stolz bin ich, diesen Feed selbständig in Typo3 eingebunden zu haben – als Nicht-Typo3-Mensch war das gar nicht so trivial... ☐ Insgesamt werden wir weiter in diese Richtung gehen und haben nun seit November auch die Möglichkeit in unserem Shop integriert, Artikel direkt über twitter weiterzuempfehlen. Twitter und Facebook sind mittlerweile zu einem festen Bestandteil in unserem Marketing-Mix geworden, und wir freuen uns, dass wir dort bisher viel positive Resonanz erfahren durften.



Welche Rolle spielen Online-Marktplätze wie Ebay oder Amazon-Marketplace für Sie?

Online-Marktplätze wie ebay oder Amazon spielen für uns überhaupt keine Rolle, da wir ausschließlich über unseren Online-Shop verkaufen.

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

Zunächst sind wir zertifiziertes Trusted-Shops Mitglied. Hier hat der Kunde bei Vorkasse die Möglichkeit, seine Zahlung über den Trusted-Shops Käuferschutz abzusichern. Seit neuestem kann der Kunde auch via Paymorrow auf Rechnung bezahlen, was in unserer Branche eher außergewöhnlich ist.

Außerdem sind wir natürlich immer für den Kunden da und beraten ihn gerne persönlich. Da Apple Produkte durchaus beratungsintensiv sein können, wird das von unseren Kunden auch gerne angenommen.

Welche Prozesse Ihres Shops haben Sie an Dienstleister abgegeben?

Wir lassen unsere gesamte Logistik von einem großen Apple-Händler durchführen, so dass die bestellte Ware von dort aus direkt an unsere Kunden versendet wird. Bei dieser Vorgehensweise gab es in der Anfangszeit auch mal ein paar Probleme und Verzögerungen, mittlerweile sind die Abläufe jedoch so gut optimiert, daß es nur noch selten zu Problemen kommt.

Wir haben hier auch das Glück, dass ich selbst FileMaker Entwickler bin und wir unser FileMaker System immer weiter auf unsere eigenen Bedürfnisse anpassen konnten. Unser System ist direkt an xt:commerce angebunden, und die häufigsten Abläufe können heute per Mausklick ausgeführt werden.

Auftragsimport aus dem Online-Shop, Kundenanfragen, Versandmeldungen, Statusmeldungen an den Shop usw. können vollkommen automatisiert durchgeführt werden, was naturgemäß weniger zeitintensiv und fehleranfällig ist, als wenn man alles abtippt. Unseren Internetauftritt unter typo3 und xt:commerce lassen wir von **Case One** aus Oldenburg administrieren, die bisher wirklich einen hervorragenden Job gemacht haben.

Welche Marketing-Kanäle setzen Sie zur Neukundengewinnung ein?

Im Grunde bedienen wir uns eines absolut klassischen Marketing-Mixes. Angefangen von Google Adwords und Bannerwerbung über die Einbindung in Preissuchmaschinen und konstruktive Teilnahme an themenrelevanten Foren ist alles dabei.

Für Adwords habe ich auch noch einen Tipp: Hier empfehle ich dringend, sich vor der Schaltung von Werbeanzeigen sehr genau mit der Materie auseinanderzusetzen, denn je optimierter die Kampagnen eingestellt werden, desto erfolgreicher sind sie und setzen das eingesetzte Geld entsprechend optimaler um.

Wie binden Sie Bestandskunden an Ihren Shop?

Da gibt es im Prinzip mehrere Möglichkeiten. Viele Shops arbeiten an dieser Stelle mit Newslettern, was wir bisher aufgrund der etwas wackeligen Rechtslage eher vermieden haben. Da wir unseren Kunden grundsätzlich persönliche Beratung bieten, sind diese damit meist sehr zufrieden und kommen auch „freiwillig“ wieder zu uns.

Kunden, die Apple-Hardware gekauft haben, senden wir kurz vor Ablauf der Garantiezeit eine Information, dass sie während der Garantiezeit noch eine Garantieverlängerung für Ihr Gerät erwerben können, das holt uns sicherlich bei einigen auch wieder ins Gedächtnis.

Welchen Stellenwert hat das Web2.0 in Ihrer Marketing-Strategie?

Wie schon erwähnt setzen wir twitter und Facebook bereits sehr erfolgreich ein. Bei twitter sind wir im August 2009 gestartet und haben bis Januar 2010 schon über 2.000 interessierte Follower erhalten. Twitter ist bei uns auch ganz eng verzahnt mit unserer Internetseite - hier stellen wir unsere twitter-News direkt auf der Startseite zur Verfügung, und unsere Kunden können jeden Artikel in unserem Online-Shop über twitter weiterempfehlen.

Ich denke, bei twitter, Facebook und anderen Web-2.0-Medien kommt es vor allem darauf an, dem Kunden auch hier einen Mehrwert zu bieten. So wirkt die Timeline eines Händlers, der einen guten Mix aus News und Angeboten bereitstellt, sicherlich interessanter als die eines Händlers, der dort immer nur seine Artikel postet.

Welche neuen Features haben Sie bereits in Ihrem Shop eingebunden?

Ich habe bereits Kontakt aufgenommen zu Leuten, die für uns Produkt- und Imagevideos erstellen können, weil ich mir so etwas künftig durchaus vorstellen könnte. Bisher haben wir für jedes Produkt genau ein Produktbild sowie die Testergebnisse von Testeo eingebunden. Eventuell könnte an dieser Stelle eine Erweiterung der Produktpräsentation sinnvoll sein - denn gerade Apple-User sind ja auch „Augen-Menschen“...

Hatten Sie in der Vergangenheit bereits Probleme mit Abmahnungen?

In unserer Anfangszeit haben wir mal eine Abmahnung wegen einer fehlerhaften Widerrufsbelehrung erhalten. Dagegen konnten wir nicht viel unternehmen, haben nachgebessert, bezahlt und es in Zukunft besser gemacht. Seitdem haben wir keine Abmahnung mehr erhalten.

✖ Welche Tipps haben Sie für andere Shopbetreiber?

Ich glaube, das wichtigste ist, dass man für das, was man macht, ein schlüssiges Konzept und ein langfristiges Ziel hat. Während man dieses Ziel immer im Hinterkopf hat, wird es in kurzfristige Teilziele eingeteilt, die dann nach und nach abgearbeitet und erreicht werden. Ich halte es in der heutigen Zeit für sehr wichtig, sich auch intensiv mit den rechtlichen Grundlagen zu beschäftigen und seinen Shop „wasserdicht“ zu machen, weil Fahrlässigkeit an dieser Stelle schnell teuer bestraft werden kann.

Dies ist ja u.A. auch einer der Vorteile von Trusted Shops – eine Zertifizierung bedeutet zwar viel Arbeit für den Shopbetreiber, aber da es sich um Arbeit handelt, die er sowieso bewältigen muss, um nicht unter die Räder zu kommen, bietet TS hier eine angenehme Hilfestellung an.

Wo informieren Sie sich selbst zum Thema Online-Shopping?

Für allgemeine und rechtliche Themen suche ich natürlich gern den shopbetreiber-blog auf. Sehr interessant ist auch das **Sellerforum**, weil man sich dort auch sehr gut persönlich mit anderen Shopbetreibern austauschen kann. Wer auf der Suche nach günstigen Plugins für xt:commerce ist, findet eine sehr große Sammlung übrigens bei xtc-load.

Machen Sie sich selbst ein Bild von diesem Shop unter macxperts.de oder besuchen Sie das Shopprofil bei Trusted Shops.