

Den Kunden zu Wort kommen zu lassen - Interview mit 3D-Laser-foto.de

✘ Die Looxis GmbH aus Minden hat eine weltweit einzigartige Methode gefunden, Photos eine dritte Dimension hinzuzufügen. Bisher mussten für diesen Effekt 3D-Scans durchgeführt werden, jetzt genügt dafür ein normales Foto. Unter www.3d-laser-foto.de können Fotos hochgeladen werden, die dann dreidimensional in einen Glaswürfel gelasert werden.

Erfahren Sie mehr über diesen interessanten Shop im Interview mit Etienne Renaud.

Beschreiben Sie kurz Ihren Shop.

Der Shop www.3d-laser-foto.de weist zwei Besonderheiten auf: Zum Einen natürlich das Produkt selbst, das 3D Laser Foto, welches anhand vom Kundenfoto individuell gefertigt wird, und zum Anderen ein selbst entwickeltes Modul für den Open Source Online-Shop Magento, den wir verwenden.

Das Modul erlaubt das Hochladen der Fotos inklusive eines Fortschrittbalkens, das Drehen, Zoomen und Beschneiden des Fotos sowie eine Produktvorschau zur Visualisierung des fertigen Produkts.



Seit wann gibt es Ihren Online-Shop?

In seiner jetzigen Form, mit Magento als Basis, seit Mai 2009. Seitdem betreiben wir den Shop und das dazugehörige Marketing entsprechend professionell mit den dafür nötigen Ressourcen. Davor nutzten wir XTCommerce als Shopsoftware, womit wir aber die technisch machbaren Möglichkeiten nicht ausschöpfen konnten - das Projekt Online-Shop war bis zum Mai 2009 allerdings von uns eher stiefmütterlich behandelt worden: ohne konkrete Ziele, ohne Marketing und ohne die technisch notwendige Basis für Fotouploads.

Betreiben Sie den Shop haupt- oder nebenberuflich?

Als GmbH betreiben wir den Shop hauptberuflich. Es gibt zwar weitere Geschäftszweige, aber den Online-Shop betreiben wir mit ca. 80% unserer Aufmerksamkeit. Dieser Anteil wird auf jeden Fall noch steigen. Zur Zeit sind wir ein Team von 4 Personen in Vollzeit.

Haben Sie auch ein klassisches Ladengeschäft?

Ja, wir betreiben eine eigene Filiale in Hannover, hinzu kommen Ladengeschäfte, die in Lizenz von selbstständigen Unternehmern unter der Marke LOOXIS betrieben werden.

Welches Shopsystem nutzen Sie?

Wir nutzen Magento in der aktuellen Version 1.3.4, Erweiterungen, speziell unser Fotobearbeitungstool passen den Shop an unsere Bedürfnisse und den deutschen Markt an. Als Teamleiter - ich mag das Wort Geschäftsführer eher weniger - habe ich mich intensiv mit Magento beschäftigt, bevor wir uns dafür entschieden haben. Eine erste Version zum Testen habe ich selbst installiert und entsprechend konfiguriert.

Das Modul „Germany Market Ready“ für Magento von Symmetrics, welches durch nur einen Klick alle für Deutschland relevanten Einstellungen wie z.B. Mehrwertsteuer und ein Impressumsmodule installieren, war erst Ende letzten Jahres verfügbar und damit für uns leider viel zu spät, bis dahin hatten wir bereits mit der Anpassung einiges Kopfzerbrechen.

Der Vorteil von Magento ist eindeutig die Flexibilität und Skalierbarkeit, speziell mit der Möglichkeit eigene Module und Erweiterungen zu programmieren und damit trotzdem die Upgradefähigkeit der Kernfunktionen zu gewährleisten. Rückblickend war für unsere Bedürfnisse die Entscheidung für Magento goldrichtig.



Auf welche technischen Besonderheiten Ihres Shops sind Sie besonders stolz?

Auf die intuitive Benutzbarkeit beim Foto hochladen, drehen, zoomen, beschneiden und die anschließende Vorschau des Fotos als 3D Laser Foto. Unser selbstentwickeltes Modul bzw. Erweiterung für die von uns verwendete Shopsoftware namens IMAGR erlaubt dem Kunden ganz einfach und mit ein paar Mausklicks sein eigenes Foto hochzuladen und uns für die Abwicklung der Bestellung unkompliziert zur Verfügung zu stellen. Wir sind bereits in der Entwicklung der dritten Generation mit Gesichtserkennung, wie man sie von neueren Digitalkameras kennt.

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

Wir nutzen Ebay oder Amazon Marketplace gar nicht – wir könnten höchstens Gutscheine über diese Marktplätze verkaufen. Der Knackpunkt ist der Verkaufsprozess unseres Produktes. Dieser erfordert das Hochladen eines Fotos sowie weiterer Personalisierungen wie die Wunschtexteingabe. Allerdings gebe ich auch zu, dass wir uns mit Amazon Marketplace noch überhaupt nicht beschäftigt haben – Ebay ist mir jedoch privat gut bekannt.

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

Obwohl unsere Produkte laut Gesetz „nach Kundenspezifikation gefertigt“ werden und somit das gesetzliche Widerrufs- bzw. Rückgaberecht nicht gilt, gewähren wir unseren Kunden trotzdem eine 21-tägige uneingeschränkte Geld zurück Garantie. Zusätzlich verwenden wir natürlich das Trusted Shops Widget für Kundenmeinungen sowie das Trusted Shops Zertifikat.

Welche Prozesse Ihres Shops haben Sie an Dienstleister abgegeben?

Die Programmierung und Weiterentwicklung unseres Fotobearbeitungsmoduls wird von externen Programmierern, z.B. Freelancer oder von unserer Agentur, die auch unseren Webserver betreut, durchgeführt.

Grafik und Layoutarbeiten lassen wir ebenfalls von externen Grafikern durchführen. Da wir natürlich genau wissen, was wir benötigen, können wir unsere Dienstleister entsprechend briefen, die wiederum super Arbeit leisten. Die Zusammenarbeit klappt super – und wenn es doch mal ein Problem gibt: Es gibt nichts, was man nicht mit gesundem Menschenverstand klären könnte.

Welche Marketing-Kanäle setzen Sie zur Neukundengewinnung ein?

Wir nutzen natürlich die Standards wie SEM, SEO und Affiliate Marketing, da die breite Öffentlichkeit unsere Produkte aber gar nicht kennt – oder kannten Sie vor diesem Interview das Produkt bzw. hatten es schon mal vorher gesehen? – wird dementsprechend auch weniger danach gesucht.

Einen Versuch haben wir mit Kinowerbung lokal in drei Städten unternommen. Das Problem hier war die große Startinvestition für die Erstellung des Spots, sowie die Erstellung eines Masters auf 35mm Zelluloidfilm.

Vergleichsweise ist der Erfolg natürlich schwer zu messen, ohne dass z.B. ein Gutscheincode genannt wird, dessen Benutzung man zurückverfolgen kann. Mein Tipp ist, sich hinzusetzen und kreativ zu sein, um neue Wege für die Neukundengewinnung zu finden. Wir denken da an Displays mit Mustern inklusive eines Prospektständers an entsprechenden Stellen in der offline Welt.

Wie binden Sie Bestandskunden an Ihren Shop?

Insgesamt kann man eindeutig sagen, dass es günstiger ist einen bestehenden Kunden zu halten als einen neuen hinzuzugewinnen. Gutscheincodes mit einem Rabatt für erneute Käufe sind eine Maßnahme, bestehende Kunden vorzüglich zu behandeln und nicht zu enttäuschen ist aber ebenso wichtig. Wir fordern unsere Kunden aktiv dazu auf, uns weiter zu empfehlen, wenn ihnen unser Service gefallen hat – und das hat er in 99,9% der Fälle.

Einen Anruf des Kunden bei Problemen, Fragen oder Reklamationen nehmen wir ernst und kümmern uns intensiv darum, den Kunden zufriedenzustellen. Das Ergebnis ist eine traumhafte Retouren- bzw. Reklamationsquote von nicht mal einem Prozent.

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

Twitter, Facebook und Co. ist unserer Meinung nach – noch – total überbewertet. Eine Werbekampagne bei Facebook hat uns in zwei Tagen knapp 3.000 Klicks gebracht, aber nicht eine einzige Bestellung. An den beiden Tagen war unsere Konversionsrate total im Keller. Den Kunden zu Wort kommen zu lassen und mit seiner Meinung im Shop zu werben, sodass andere Kunden sich daran orientieren können, ist dagegen sehr wichtig und wird laut aktuellen Studien offensichtlich von den meisten Webhändlern nicht genutzt.

Hier können wir auch selbst noch mehr unternehmen. Wir denken z.B. daran, unsere Kunden aufzufordern uns Ihre Videobotschaften zukommen zu lassen, die wir dann ebenfalls im Shop veröffentlichen können. Ob der Kunde bereit ist, eine Videobotschaft z.B. mit einer witzigen Geschichte zum Produkt zu erstellen, müssen wir testen.

Welche neuen Features haben Sie bereits in Ihrem Shop eingebunden?

Bei unserem 3D Produkt kommen wir nicht umhin auch eine 3D Darstellung anzubieten. Aktuell ist dies pro Produkt ein Video mit einer Kamerafahrt um das Produkt herum. Eine fehlende Interaktion insofern, dass der Kunde die 3D Darstellung selbst steuern kann, halten wir aktuell noch für vernachlässigbar.

Hatten Sie in der Vergangenheit bereits Probleme mit Abmahnungen?

Um ganz ehrlich zu sein waren wir eher diejenigen, die in der Vergangenheit abgemahnt hatten. Dies waren jedoch keine Bagatellen, wie eine fehlende Information im Impressum oder in den AGB, sondern eindeutige Markenrechtsverstöße. Als Erfinder des 3D Laser Fotos und Inhaber einiger Marken hatten wir leider mit diesem Problem zu kämpfen. Zur moralischen Seite kann ich sagen, dass wir uns nichts vorzuwerfen haben, denn wir haben bei jedem Verstoß versucht, die Sache telefonisch vorab zu klären.

Wenn auf der anderen Seite nur taube Ohren anzutreffen waren, haben wir unseren Anwalt eingeschaltet. Insgesamt ist es mir jedoch wichtiger, dass wir Zeit und Ressourcen in den Kundenservice stecken, und damit beim Kunden mehr punkten als unsere Nachahmer.

Welche Tipps haben Sie für andere Shopbetreiber?

Schwimmen Sie nicht mit dem Strom indem Sie den x-ten Elektronik Discount Shop betreiben. Seien Sie kreativ, lassen Sie sich etwas einfallen, dass Sie aus der Masse herausragen lässt. Benutzen Sie Ihren gesunden Menschenverstand. Lieber erfolgreich in der Nische, als unbedeutend im Massenmarkt.

Wo informieren Sie sich selbst zum Thema Online-Shopping?

Ich lese die entsprechende Presse wie z.B. Internet World Business oder das t3n Magazin sowie diverse Fachbücher zu diesem oder jenem Thema, das ich für wichtig halte. Wenn ich vor einem konkreten Problem stehe, benutze ich die Google Suche.

Machen Sie sich selbst ein Bild von diesem Shop unter 3d-laser-foto.de oder besuchen Sie das Shopprofil bei Trusted Shops.