

Das A und O ist der Service - Interview mit just-fame.de

✘ Mit einem jungen, frischen Konzept und einem breiten Markensortiment hat Just-fame vor einiger Zeit seinen Betrieb aufgenommen. Im Vordergrund stehen hier Fashion und junge Mode. Wichtig für den Erfolg ist nach Aussage der Betreiber auch, sich ein Netzwerk bei Twitter und auf Social Media Plattformen wie Facebook aufzubauen.

Erfahren Sie im folgenden Interview mehr über diesen Shop.

Beschreiben Sie kurz Ihren Shop.

In unserem Online-Shop vertreiben wir qualitativ hochwertige Fashion bzw. Basic-Ware. Da wir unseren Slogan als Programm verstehen, versuchen wir unseren Kunden ein breites Sortiment an Artikeln zu bieten. Auf Messen wie z.B. der Bread and Butter oder auch Jam suchen wir nach neuen Herstellern, um unser Warenangebot vielfältig zu gestalten.

Seit wann gibt es Ihren Online-Shop?

In diesem Segment sind wir noch echte Newcomer, da unser Shop gerade mal seit einem halben Jahr besteht. Die Idee dahinter ist jedoch schon älter, nur die Realisierung eines solchen Projektes nimmt einiges an Zeit in Anspruch.

Betreiben Sie den Shop haupt- oder nebenberuflich?

Rein für den Onlinebereich beschäftigen wir zur Zeit zwei Mitarbeiter hauptberuflich.

Haben Sie auch ein klassisches Ladengeschäft?

Seit gut 2 Jahren führen wir erfolgreich ein Geschäft, was uns in die Position versetzt, unmittelbar mit dem Kunden in Kontakt zu kommen. Durch diesen direkten Umgang erhalten wir sofort ein Feedback was die Qualität der Ware betrifft oder ob eine Nachfrage nach neuen Marken besteht.

Welches Shopsystem nutzen Sie?

Wir nutzen ein CMS Shopsystem das zwar selbst programmiert ist, aber nicht von uns. Dieses System ist nach unseren Wünschen angepasst und kann jederzeit erweitert werden. Wir haben vor ca. 1 Jahr unser Ladengeschäft mit einem Warenwirtschaftssystem ausgestattet und darauf geachtet, welche Möglichkeiten für uns bestehen dieses mit einem Shopsystem ohne Einschränkungen nutzen zu können.

Auf welche technischen Besonderheiten Ihres Shops sind Sie besonders stolz?

Noch haben wir keine technische Besonderheit, aber wir arbeiten daran. Geplant ist auf jeden Fall die 3D-Darstellung der Produkte. Das wird ein absolutes Highlight.

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

Ebay war für uns der Startschuss in den Onlinehandel. Hier konnten wir unsere ersten Erfahrungen sammeln und einiges Testen. Jedoch sind wir bestrebt, uns von Ebay zu lösen, da dort nicht nur ein extremer Preiskampf herrscht, sondern auch die Philosophie von Ebay in eine Richtung geht, die salopp gesagt verkäuferunfreundlich ist.



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

Da gibt es einige Faktoren die eine Rolle spielen. Eines dieser Kriterien ist sicherlich das Trusted Siegel und die damit verbundenen Auflagen, die es einzuhalten gilt. Ein zügiger Versand und eine noch schnellere Retourenabwicklung sind weitere Aspekte. Ein Kunde darf nicht das Gefühl haben Teil eines automatisierten Prozesses zu sein, also ist der Kontakt ein entscheidendes Kriterium. Bestes Beispiel hierfür wäre ein eigener Blog, wodurch der Kunde mehr erfährt und ggf. noch die Möglichkeit hat, sich dort zu äußern.

Welche Prozesse Ihres Shops haben Sie an Dienstleister abgegeben?

Diese Vorgänge geschehen bei uns noch alle in Eigenregie. Was den Vorteil eines Überblicks mit sich bringt, allerdings auch einige Ressourcen verbraucht. In Sachen Inkasso befinden wir uns noch in der Orientierungsphase.

Welche Marketing-Kanäle setzen Sie zur Neukundengewinnung ein?

Gerade für junge Unternehmen mit einem begrenzten Budget ist die Frage nach dem Marketing ein großer und entscheidender Faktor. Adwords ist sicherlich eine Möglichkeit, um erst einmal gefunden zu werden und schnell Absatz zu finden. Jedoch können hier auch schnell Unsummen verschlungen werden, wie wir leidlich feststellen mussten. Hier sollte man ganz klar eine Strategie verfolgen. Es gibt heutzutage so viele Möglichkeiten, aber eine ganz wichtige Sache ist es, ein Netzwerk aufzubauen. Wo finden wir denn die meisten Menschen? Twitter, Blogs und Co.

Wie binden Sie Bestandskunden an Ihren Shop?

Zufriedenheit ist wohl das Zauberwort. Wenn ein Kunde mit dem Service und dem Produkt zufrieden ist, warum sollte er dann nicht öfter kaufen. Unserer Erfahrung nach ist es dem Kunden am wichtigsten, dass er schnell seine Ware bekommt und die Kommunikation stimmt. Des Weiteren arbeiten wir gerade an einem Gutscheinsystem bzw. Punktesystem, was Kunden binden soll.

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

In der heutigen Zeit kann man sich diesen Medien wohl nicht entziehen und sollte man auch nicht, da hier ein immenses Potential besteht. Wir selber bauen zur Zeit einen eigenen Blog auf und sind bei Twitter, Facebook und co. vertreten.

Hatten Sie in der Vergangenheit bereits Probleme mit Abmahnungen?

Dadurch, dass wir uns von Anfang an juristischen Rat eingeholt hatten und auch durch Trusted, sind wir bis jetzt vor so etwas verschont geblieben.

Welche Tipps haben Sie für andere Shopbetreiber?

Bedingt durch die große Vielfalt an Online-Shops gibt es nur wenig Punkte, wodurch man sich aus der Masse herausheben kann. Das A und O hierbei ist der Service, den man den Kunden angedeihen lässt. Egal, was für Probleme auftreten „versuchen“ Sie immer zu Gunsten des Kunden zu entscheiden. Versuchen Sie sich ein Netzwerk aufzubauen, dazu gehören Blogs, Twitter, Facebook & Co. Wichtig ist es, diese ineinander verschmelzen zu lassen. Follow Me.

Kurze Lieferzeiten und eine breites Spektrum an Zahlungsmöglichkeiten sind weitere wichtige Kriterien. Und zu guter Letzt, hinterfragen Sie Ihre eigene Arbeit. Ist man erst einmal betriebsblind, wird es schwer, da wieder heraus zu finden.

Wo informieren Sie sich selbst zum Thema Online-Shopping?

Durch Fachzeitschriften und viel stöbern im Netz. Auch die Trusted Community ist oft hilfreich.

Machen Sie sich selbst ein Bild vom Shop unter just-fame.de oder besuchen Sie das Shopprofil bei Trusted Shops.