Der Kunde erwartet einen guten Service – Interview mit starcooks24.de

Wer nach hochwertiger Ausstattung für die heimische Küche sucht, der ist bei starcooks24 genau richtig. Der Shop hat sich nach ausführlicher Analyse des Marktes und der Konkurrenz auf dieses Segment spezialisiert. Beim Marketing setzt man hier insbesondere auf SEM und Affiliate-Programme.

Erfahren Sie im Interview mit Jörg Patko mehr über diesen Shop.

Was ist das Besondere an Ihrem Shop?
Starcooks24.de ist ein Shop für Kochtöpfe im mittleren und oberen Preissegment. Zur zeit führen wir die Marken Silit, Le Creuset, Römertopf und diverse japanische Messer. Zusätzlich findet der Kunde die gesamte Bandbreite an gutem Küchenzubehör – diese wird zur Zeit noch weiter ausgebaut. Sechs Monate vor dem Start haben wir außerdem eine intensive Konkurrenzanalyse durchgeführt.

Dabei haben wir festgestellt, dass das oben genannte Segment noch nicht ausreichend besetzt war. Außerdem fehlte ein Shop in einem frischen, ungewöhnlichen Design mit vielen Extras. Genau das haben wir umgesetzt. Der Erfolg gibt uns recht. Wir sind auf Expansionskurs.

Welches Shopsystem nutzen Sie?
Wir nutzen das weitverbreitete Shopsystem XT:Commerce. Es ist eine gute Grundlage für uns gewesen, auch wenn es natürlich für uns in der „normalen“ Version nicht reichte. Mehrere Monate haben unsere Programmierer sehr viele Anpassungen eingebaut. Erst die machen den Shop ansprechend, kundenfreundlich und generieren den Umsatz, den wir uns vorstellen.

Was tun Sie, um das Vertrauen Ihrer Kunden zu gewinnen und zu erhalten?
Selbstverständlich nutzen wir Zertifizierungen wie das Trusted Shop Siegel. Dann nutzen wir noch ausführliche Produktbeschreibungen, einfache Bestellwege und planen gerade eine Seite mit Fotos und Kompetenzbeschreibungen der Mitarbeiter.

Gibt es technische Besonderheiten, auf die Sie stolz sind?
Klar, schließlich haben wir in der Vorbereitungszeit darauf die meiste Zeit verwendet. Was das alles ist, würde den Rahmen dieses Interviews jedoch sprengen. Sehr aufwendig war es z.B. den Bestellvorgang so kurz wie möglich zu gestalten, um eine möglichst niedrige “bounce-rate” zu verwirklichen.

Welche Rolle spielt Ebay für Sie?
Ebay ist ein wichtiger Vertriebskanal. Keine Frage. Nur weiß auch Ebay das und verlangt eine nicht unerhebliche Provision. Die muss einkalkuliert werden. Es gibt zwei, drei weitere Gründe, warum Ebay auf keinen Fall der alleinige Vertriebskanal sein sollte. Wir halten und da an die Empfehlung des Ebay-Beraters Axel Gronen.

Er sagt, maximal 30% des Umsatzes sollten über Ebay generiert werden. Mehr nicht. In 2010 werden wir es noch nicht ganz erreichen, da wir in 2009 einige Testläufe durchgeführt haben und jetzt nach den Auswertungen erst richtig starten.

Betreiben Sie den Shop haupt- oder nebenberuflich?
Ich betreibe den Shop nebenberuflich. Zur Zeit haben wir vier Mitarbeiter. Ein neuer Mitarbeiter wurde gerade eingestellt und wenn es so weiter geht, dann dürften wir weiter auf Wachstumskurs bleiben**.**

Gibt es Teilbereiche Ihres Shops, die Sie an Partner abgegeben haben?
Nein, wir behalten alle Aufgaben im Unternehmen. Der Kunde erwartet einen guten Service. Den können wir nur dann bieten, wenn wir für alle Bereiche verantwortlich sind und unsere kundenfreundliche Philosophie zu jedem Zeitpunkt umsetzen. Gliedern wir einen Bereich aus, gibt es Reibungspunkte, die wir unseren Kunden ersparen wollen. Bisher haben wir es nicht bereut und

erhalten dafür viel Lob.

Wie bekommen Sie neue Besucher in den Shop?
Neue Besucher erreichen wir über Suchmaschinen und über Empfehlungen. Zusätzlich ist ein Affiliateprogramm in Vorbereitung. Der Bereich SEM ist auch sehr interessant – wenn man seine Kampagnen gründlich anlegt, man muss die Kosten hierfür einfach als „Ladenmiete“ sehen.

Gab es Dinge, die nicht so geklappt haben, wie geplant?
Es gab Dinge, die nicht so klappten, wie erwartet. Dank einer guten und intensiven Vorbereitung waren es aber nur sehr wenige. Trotzdem ein Beispiel: Wir hätten nicht gedacht, dass das Produktsegment der Römertöpfe so gut läuft. Obwohl wir die Produkte kaum beworben und sie am Anfang auch eher hinten versteckt hatten, waren die Abverkäufe beachtlich. Seit dem haben wir dem Römertopf eine bessere Platzierung gegönnt.

Gab es Dinge, die eine unerwartete positive Dynamik entwickelt haben?
Ja, die Kundenzufriedenheit. Man kann sich vornehmen, einen guten Service zu bieten und hoffen, dass der Kunde es honoriert. Mittlerweile haben wir aber schon Dankesmails bekommen und das hat uns sehr gefreut.

Warum haben Sie sich für die Trusted Shops Zertifizierung entschieden?
Studien belegen, dass der Kunde preiswert – was nicht billig bedeuten muss, schnell und sicher online einkaufen möchte. Ein sicheres Gefühl vermitteln wir unseren Kunden zum Beispiel durch die Trusted Shops Zertifizierung. Was sich im Umsatz sicherlich auch positiv bemerkbar macht.

Wir verkaufen hochwertige Haushaltsartikel wie z.B. von Silit und haben eine dem entsprechende Zielgruppe. Ich denke in dem Preissegment unserer Waren ist eine Zertifizierung des Online-Shops durch Trusted Shops ein Muss.

Hatten Sie in der Vergangenheit bereits Probleme mit Abmahnungen?
Nein, hatten wir nicht.

Welche Tipps haben Sie für andere Shopbetreiber?
Wichtig ist in unseren Augen, eine richtige und ausführliche Analyse des Marktes, der Konkurrenz, der Kundenwünsche, der Kundensegmente. Einige Monate sollte man darin schon investieren. Dann müssen das Shopsystem und das Warenwirtschaftssystem genau ausgewählt werden.

Wir haben uns für eine Kombination aus dem XT:Commerce Shopsystem und dem Warenwirtschaftssystem von Actindo entschieden, da es nach unser Auffassung das beste Preis-Leistungs-Verhältnis bietet. Beides lässt sich je nach Anforderung ohne Probleme erweitern.

Zum Schluss noch der wichtigste Tipp: Machen! Es gibt immer Zweifel, ob es der richtige Zeitpunkt oder das richtige Produkt ist. Wenn man gut vorbereitet ist, an sich und an das Produkt glaubt, dann wird man erfolgreich sein. Also, trauen Sie sich. Machen Sie es!

Nutzen Sie Web 2.0 Möglichkeiten?
Ja, wir nutzen zwar Blogs und Produktbewertungen, aber insgesamt haben wir den Eindruck, dass die Web 2.0 Möglichkeiten im Markt überbewertet werden. Es ebbt schon wieder ab. Web 2.0 hatte seinen Hype in 2007 und 2008.

Wo informieren Sie sich zum Thema Online-Shopping?
Newsletter sind für uns die von Wortfilter.de, von Trusted Shops und von shopbetreiber-blog.de. Es gibt noch ein, zwei weitere Blogs, die wirklich gut sind, aber die meisten liefern nicht wirklich aktuelle Tipps.

Machen Sie sich selbst ein Bild von diesem Shop unter starcooks24.de oder besuchen Sie das Shopprofil bei Trusted Shops.