

10 Praxistipps für mehr Erfolg im Weihnachtsgeschäft

☒ Jeder dritte Deutsche kauft in diesem Jahr seine Weihnachtsgeschenke im Netz, Dies hat der Branchenverband Bitkom erhoben. Shopbetreiber sollten sich allerdings intensiv auf das Weihnachtsgeschäft vorbereiten und ihre Serviceprozesse optimieren.

Diese zehn Punkte helfen Ihnen, um langfristig bei Käufern zu punkten.

Praxistipp 1: Kommunizieren Sie Lieferzeiten glasklar

Es ist der wohl größte anzunehmende Unfall: Die Bestellung Ihres Kunden ist zu Heiligabend entgegen aller Versprechungen nicht angekommen. Das verprellt jeden Kunden – und zwar dauerhaft: Beugen Sie deshalb solchen Szenarien klar vor und kommunizieren Sie in Ihrem Shop den letztmöglichen Bestelltermin für Lieferungen bis zum 24.12 klar und deutlich an prägnanter Stelle. Halten Sie dabei immer die besonderen Lieferzeiten Ihrer Versanddienstleister im Blick und passen Sie Ihre Lieferzeiten gegebenenfalls an. Achten Sie außerdem darauf, die Verfügbarkeit angebotener Artikel deutlich anzuzeigen. Übrigens: Eine garantierte Lieferung bis zum 24.12. ist ein tolles Verkaufsargument, das sie im Shop deutlich herausstellen sollten.

Praxistipp 2: Kundenchat sorgt für den unkomplizierten Draht zum Kunden

Besonders im Weihnachtsgeschäft bietet sich dieser Kommunikationskanal an: Mit einem im Shop-Frontend integrierten Live-Chat sind Sie für Ihre Shopbesucher spontan und absolut unbürokratisch greifbar und der ein oder andere Artikel wandert noch spontaner in den Warenkorb. Außerdem entlasten Sie mit dem Live-Chat sogar ganz nebenbei den Kundenservice, da viele dieser kleinen Fragen gar nicht erst im Posteingang auftauchen. Aber Vorsicht: Wird die Kontaktaufnahme per Chat beworben, sollten auch Mitarbeiter parat stehen. Sind Ihre Experten gerade nicht zur Stelle, blenden Sie den Hinweis zum Live-Chat am besten automatisch mittels Script aus.

Praxistipp 3: Mit Gutscheinen punkten

Lassen Sie auch die Last-Minute Käufer in Ihrem Shop nicht außen vor: Setzen Sie auf attraktive Gutscheine, die bequem per Mausklick als Download verfügbar sind. So können Ihre Kunden auch noch an Heiligabend bei Ihnen das passende Geschenk in Form eines Gutscheins kaufen.

Praxistipp 4: Erweitertes Rückgaberecht erhöht Verkaufschancen

Durch die Feiertage ist das 14-tägige Rückgaberecht recht knapp bemessen. Das verunsichert manche Ihrer Kunden auf der Suche nach dem richtigen Geschenk. Geben Sie Ihren Shopbesuchern deshalb doch einfach ein sicheres Gefühl und eine besondere Leistung zum Fest: Die Erweiterung des Rückgaberechts zur Weihnachtszeit auf 30 Tage wissen viele Käufer zu schätzen. Zeigen Sie diesen ganz besonderen Service deshalb gut sichtbar in Ihrem Shop. Und keine Sorge: Die Retouren-Quote wird dadurch erfahrungsgemäß nicht nennenswert steigen.

Praxistipp 5: Kommunizieren Sie alle Auftragsveränderungen

Gerade zu Weihnachten steigt die Nervosität bei Ihren Kunden, dass ein Paket nicht rechtzeitig ankommt. Machen Sie Ihren Auftragsprozess deshalb besonders transparent: Statusupdates zu Bestellungen und Versandbestätigungen sorgen für Übersicht und geben ein gutes Gefühl auf Kundenseite. Außerdem ersparen Sie dem Kundenservice nebenbei viele Rückfragen.

Praxistipp 6: Textbausteine entlasten den Kundenservice

Nicht nur die Logistik läuft zu Weihnachten auf Hochtouren, sondern auch der Kundenservice. Dabei lassen sich viele Anfragen zu Weihnachten deutlich effizienter beantworten: Denn viele Käufer haben oft die gleichen Fragen:

Bis wann muss ich bestellen, damit die Ware am Heiligabend bei mir ist?

Kann der Artikel auch noch nach Neujahr umgetauscht werden?

Setzen Sie daher (nicht nur zur Weihnachtszeit) auf Textbausteine und Vorlagen für die häufigsten Kundenanfragen. Diese sparen bei Ihrem Kundenservice wertvolle Zeit und senken zudem die Fehlerquote bei hektisch getippten individuellen Antworten.

Praxistipp 7: Posteingänge effizient sortieren

Denken Sie doch einmal darüber nach, den Posteingang des Kundenservice zeitlich umzusortieren. Erfahrungsgemäß sorgt bereits diese kleine Änderung für deutlich schnellere Reaktionszeiten: Alte Nachrichten landen oben, neue unten. Die älteren Nachrichten werden so als erstes beantwortet und geraten nicht in Vergessenheit.

In stressigen Zeiten macht es außerdem Sinn, den Posteingang thematisch aufzubereiten: Bestimmte Anfragen wie Stornos oder Änderungswünsche können Sie mit einer farblichen Markierung versehen, um diese priorisiert zu bearbeiten. Gerade auftragsrelevante Anfragen sollten direkt gesichtet und beantwortet werden, um weiteren Problemen und zusätzlichen Servicekontakten vorzubeugen.

Praxistipp 8: Gruppenpostfächer verwenden

Im Kundenservice führen persönliche Postfächer (vorname.nachname@ihrshop.de) immer zu Komplikationen. Langwieriges Suchen nach Informationen und Doppelbearbeitungen ist die Folge. Noch schlimmer wird es, wenn Mitarbeiter krankheitsbedingt ausfallen und Anfragen in persönlichen Postfächern liegen bleiben. Denn dann sorgen oft zusätzliche Kontaktaufnahmen per Telefon oder Fax für erhebliche Mehrarbeit.

Setzen Sie daher für den Kundenservice ein Gruppenpostfach ein, auf das alle Mitarbeiter Zugriff erhalten. So haben alle einen genauen Überblick und können sich mittels Vorgangs- oder Historienfunktion alle Bearbeitungsschritte zur jeweiligen Anfrage anzeigen lassen. Sobald ein Mitarbeiter eine Anfrage bearbeitet, sollte die Nachricht für andere Mitarbeiter gesperrt werden, um Doppelbearbeitungen auszuschließen. Ist eine Anfrage erledigt, sollte diese aus dem Posteingang verschwinden und erst wieder auftauchen, wenn der Kunde nochmals antwortet.

Kommunikation zentral zusammenbringen

Damit Ihre Kommunikation im Kundenservice rund läuft, empfiehlt es sich, die gesamte Kommunikation wie E-Mails, Faxe, Briefe oder Gesprächsnotizen in einem einzigen System zu bündeln. Damit sich Ihr Kundenservice schnell in jeden offenen Servicekontakt einarbeiten kann,

sollten alle Anfragen und Antworten außerdem – unabhängig vom gewählten Kanal – über eine medienübergreifende Volltextsuche schnell und präzise durchsuchbar sein.

Feedback nutzen und auswerten

Nutzen Sie das Feedback Ihrer Kunden für Auswertungen: Denn nur so erkennen Sie bestehende Informationslücken schnell und schließen diese zeitnah. Um solche Auswertungen besonders zügig umzusetzen, sollten alle Anfragen vorgegebenen Themen zugeordnet werden. So stellen Sie eine regelmäßige Auswertung, etwa nach Themenfeldern, Kommunikationskanälen oder durchschnittlicher Dauer eines Vorganges besonders unkompliziert sicher.

Über den Autor

 **Ulrich Pöhner** begleitet E-Commerce-Unternehmen bei der Optimierung ihrer Kommunikations- und Informationsprozesse. Seit 2007 ist er für die **digital guru GmbH & Co. KG** in den Bereichen Marketing und Vertrieb tätig und bietet die Software GREYHOUND für den transparenten und effizienten Kundenservice. Im E-Commerce-Umfeld setzen unter anderem die Netviewer AG, billiger.de, babymarkt.de, dress-for-less.de und design3000.de die Software ein.