

"Ein ganzheitliches Marketingkonzept ist wichtig." - Interview mit Rollomeister.de (Partnerangebot)

☒ Individualisierte Produkte sind ein Trend, der auch den e-Commerce-Bereich durchdringt. Rollomeister.de hat mit einem cleveren Konzept diesen Trend nun auf den beratungsintensiven Vertrieb von hochwertigen Sonnenschutzanlagen übertragen können.

Hier erfahren Sie, wie die Betreiber von rollomeister.de das geschafft haben.

Was ist das Besondere an Ihrem Shop?

Der Trend zur individuellen Produktgestaltung durch den Verbraucher ist auch im e-Commerce-Bereich nicht zu verkennen. Zudem sind die Internetkunden immer mündiger. Bei entsprechender Unterstützung durch den Anbieter ist dieser Vertriebskanal daher auch für beratungsintensivere Produkte geeignet.

Die aktuelle Diskussion über Energieeinsparpotentiale durch den Gebrauch moderner Sonnenschutzanlagen sowie neue gestalterische Möglichkeiten haben das Thema Sonnenschutz bei den Verbrauchern zunehmend präsenter werden lassen. Diese Entwicklungen begünstigen den Vertrieb von maßgefertigten Sonnenschutzanlagen über das Internet.

Mit Rollomeister.de knüpfen wir an diesem Punkt an. Der Kunde bekommt durch uns die Möglichkeit, sich seine Sonnenschutzanlage individuell zusammenzustellen. Mit umfangreichen Serviceleistungen und vielen Fachinformationen unterstützen wir den Kunden vor, während und nach dem Einkauf in unserem Shop. Wir möchten den Kundenwünschen mit attraktiven Preisen und durch unsere umfangreiche Angebotspalette gerecht werden.

Welches Shopsystem nutzen Sie?

Das Basissystem ist von Oxid. Allerdings wurde der Shop umfassend angepasst. Insbesondere der Produktkonfigurator wurde von unserer Agentur eigenständig programmiert.

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

Um das Vertrauen unserer Kunden zu gewinnen, gehen wir in vielerlei Hinsicht in „Vorleistung“. Zum einen haben wir gleich zu Beginn unseren Shop von Trusted Shops zertifizieren lassen. Wir signalisieren unsere Fachkompetenz und Produktqualität in unserem Shop durch vielfältige Tools und Services.

Dazu gehören ein übersichtlicher Produktkatalog, detaillierte Informationen zu den einzelnen Produkten, eine ausführliche FAQ-Seite, detaillierte und leicht verständliche Aufmass- und Montageanleitungen, vielfältige Kontaktmöglichkeiten, beispielsweise über unseren Sonnenschutzberater, unsere kostenlose Hotline oder unseren Livechat. Über unseren Merkzettel hat der Kunde die Möglichkeit, sich konfigurierte Produkte vorzumerken und zu einem späteren Zeitpunkt zu bestellen.

Zudem bieten wir unseren Kunden den Rechnungskauf an, so dass sie ihr individuell zusammengestelltes Produkt erst einmal anfassen können, bevor sie es bezahlen müssen. Dies ist nicht unbedingt üblich bei Shops unserer Art. Auch bieten wir dem Kunden den Versand kostenloser Stoffmuster an, wenn er sich vor der Bestellung von der Stoffqualität überzeugen möchte.



Gibt es technische Besonderheiten, auf die Sie stolz sind?

Die Umsetzung des Konfigurators empfinden wir als sehr gelungen, da trotz der Variantenvielzahl und Komplexität der Produkte der Kunde stets den Überblick behält und bei der Konfiguration immer auf einer Seite bleibt, die sich sukzessive aufbaut.

Zahlreiche Bilder, Zeichnungen und Hinweistexte sowie eine Produktvorschau erleichtern dem Kunden die Produktkonfiguration. Besonders gut gefällt uns auch die Stoffauswahl, die optisch sehr gut gelungen ist.

Welche Rolle spielt Ebay für Sie?

Eher eine untergeordnete Rolle, da wir keine Standardprodukte anbieten, sondern nur Maßanfertigungen.

Betreiben Sie den Shop haupt- oder nebenberuflich?

Hauptberuflich mit derzeit 4 Mitarbeitern.

Gibt es Teilbereiche Ihres Shops, die Sie an Partner abgegeben haben?

Den Shop haben wir gemeinsam mit einer Marketing-Agentur erstellt, die uns auch nach der Fertigstellung noch begleitet und unterstützt. Die konfigurierten Produkte werden von einem erlesenen Kreis deutscher Sonnenschutzhersteller gefertigt, um unseren hohen Qualitätsansprüchen gerecht zu werden.

Wie bekommen Sie neue Besucher in den Shop?

Wichtig ist natürlich eine gewisse Online-Präsenz, sei es in Webverzeichnissen, bei Google oder auf Facebook. Flankiert wird dies durch gezielte Maßnahmen im Printbereich. Zudem legen wir großen Wert auf persönliche Empfehlungen.

Gab es Dinge, die nicht so geklappt haben, wie geplant?

Der Zeitaufwand für die Erstellung des Shops war aufgrund der Komplexität des Projektes deutlich höher als ursprünglich eingeplant. Gewisse Dinge ließen sich technisch nicht sofort so umsetzen, wie ursprünglich angedacht.

☒ Welche Tipps haben Sie für andere Shopbetreiber?

Shop-Projekte ganzheitlich, strategisch und systematisch angehen, genügend Zeit für die Realisierung einzelner Bausteine einplanen, Verzögerungen – Puffer – einkalkulieren, einen Plan für zukünftige Weiterentwicklungen aufstellen, ein ganzheitliches Marketingkonzept erarbeiten und genügend personelle Ressourcen bereitstellen.

Nutzen Sie schon Web 2.0 Möglichkeiten?

Gestartet sind wir mit einer eigenen Facebook- und Twitter-Seite. Wir möchten diesen Bereich in Zukunft noch stärker ausbauen.

Wo informieren Sie sich zum Thema Online-Shopping?

Fachzeitschriften, Newsletter von zentralen Online-Portalen, Online-Beiträge von Experten, Artikel von spezialisierten Beratungsunternehmen und Ähnliches.

Weitere Informationen zum Shop erhalten Sie unter www.rollomeister.de oder im rollomeister Shopprofil.