

Die wichtigsten Erfolgsfaktoren im E-Commerce

✖ Ab heute stellen wir Ihnen Auszüge aus dem dem Fachbuch "E-Commerce konkret" der beiden Schweizer E-Commerce-Berater Thomas Lang und Daniel Ebner zur Verfügung. Was macht einen erfolgreichen Onlineshop aus? Wo liegen die größten Optimierungspotenziale?

Darauf sollten Sie achten.

Die Vorteile, einen Onlineshop zu betreiben, liegen auf der Hand: unbeschränkte Öffnungszeiten, ein nicht auf begrenzte Platzverhältnisse eingeschränktes Sortiment, keine Verkaufspersonalkosten, hohe Prozessintegration und schliesslich vielfältige Möglichkeiten zur Messung des Käuferverhaltens, die jedes Marktforschungsinstitut vor Neid erblassen lassen.

Doch genau dieses Käuferverhalten sorgt mancherorts für Sorgenfalten. Im guten europäischen Schnitt tätigen gerade mal fünf Prozent der Besucher eines Onlineshops auch einen Einkauf. Bei Amazon hingegen beläuft sich die Conversion-Rate schätzungsweise auf neun bis zwölf Prozent. Potenzial für Optimierungen ist also reichlich vorhanden.

Einkaufen als Erlebnis - die soziale Komponente

Ein Onlinekäufer ist während seines Kaufentscheids alleine und damit immer auch etwas unsicher, ob er sich für das richtige Produkt entscheidet. Diesem Umstand ist Rechnung zu tragen, indem dem Kunden das Gefühl von Gesellschaft vermittelt wird. Informationen über Bewertungen des angezeigten Artikels durch andere Käufer oder die Einräumung von Kommentierungsmöglichkeiten unterstützen die Kaufentscheidung nachhaltig.

Durchgängige Prozesse über Systemgrenzen hinweg

Einen entscheidenden Kostenvorteil erlangt der Shopbetreiber über die durchgängige Gestaltung seiner Prozesse. Es gilt, Medienbrüche zu vermeiden und die Onlineprozesse mit den allenfalls vorhandenen Offlineprozessen zu synchronisieren. Jede erfolgreiche E-Commerce-Anwendung wird zudem durch ein ERP-System zur Aufgabenbewältigung von Einkauf, Lager, Auftrag, Logistik und Kreditoren-/Debitorenerfassung unterstützt.

Durchgängige Prozesse müssen jedoch nicht auf das eigene ERP-System beschränkt bleiben. Gerade das sogenannte Streckengeschäft, auch Drop-Shipping genannt, bietet sich für den Onlinevertriebskanal geradezu an.

Zielgruppengerechtes Sortiment

Wenn Angebot und Nachfrage nicht aufeinander abgestimmt sind, scheitert selbst der ambitionierteste E-Shop mit der durchgängigsten Integration. Entscheidend ist zum einen das auf die Zielgruppe zugeschnittene Sortiment, zum anderen die Präsentation der Artikel. Eine erfolgreiche Shoplösung muss die individuelle Darstellung der Produkte im Look & Feel des Anbieters gewährleisten und das Sortiment übersichtlich strukturieren.

Die 10 Erfolgskriterien für den Onlineshop

Einkaufserlebnis kreieren und Community Building mit sozialen Komponenten erreichen.
Zielgruppengerechte Sortimentsbreite und -struktur definieren.
Fortschrittliche Such- und Filterfunktionen zum Finden der passenden Produkte anbieten.
Indexierbarkeit durch Suchmaschinen schaffen und Integration in andere Plattformen ermöglichen.
Usability-Regeln und optimierte Registrierungs- und Checkoutprozesse entwickeln.
Hohe individualisierte Prozessintegration anstreben, die tiefe Transaktionskosten durch nahtlose ERP-Integration ermöglicht.
Durch Integration von Lieferantensystemen Lagerkosten und Kapitalbindung senken.
Verkaufsfördernde Massnahmen wie Gutscheine, Promotionen, Staffelpreise, Mengenrabatte, Affiliate- und Loyalitätsprogramme u.ä. ergreifen.
Adäquate und akzeptierte Zahlungsmethoden anbieten und Debitorenrisiko durch verdeckte Bonitätsprüfungen verringern.
Aftersales-Support anbieten und Kundenbindungsmassnahmen integrieren.

E-Commerce-Konkret

Weitere ausführliche und am praktischen Beispiel verdeutlichte Erfolgsfaktoren für den Handel im Internet finden Sie im Buch **“E-Commerce konkret”** aus dem buch & netz Verlag in der Schweiz. Online kann das Buch kostenlos gelesen werden. Zusätzlich kann das Buch kostenpflichtig als E-Book oder gebundene Ausgabe erworben werden.