

E-Mail von Altmann: Ein paar Worte zum Shop-Innovationsmanagement

☒ Die Plage mit den Trends und Megatrends lässt uns in einer Welt der ständigen Veränderung kaum noch gut schlafen und manches Mal auch schlecht arbeiten. Eben mussten Sie noch eine Facebook Fanpage eröffnen, die Konversion optimieren oder nach Venture Capital suchen.

Und schon geht's weiter mit den neuen Innovationen.

Alles ist irgendwie ein Erfolgsfaktor und jeder hat natürlich irgendwie auch recht. Aber wer soll das alles noch schaffen? Wann sollen die ganzen guten Ideen umgesetzt werden und wer soll die Umsetzung überhaupt noch bezahlen.

Zunehmend wird klarer, dass das große Gegaukel überhaupt nicht mehr der Realität entspricht. Auf der einen Seite stehen Versandhändler, auf der anderen Seite eine Parade von E-Commerce-Dienstleistern, die unaufhörlich Studien, Trends und Tipps produzieren. Das Prinzip "mach viel das hilft viel" wird langsam nicht mehr funktionieren. Shopbetreiber müssen mehr abwägen, mehr überlegen wo die großen Hebel liegen. Ein Shopbetreiber erzählte mir kürzlich, dass er jetzt 30 Prozent mehr Umsatz macht – durch Zahlung auf Rechnung. Na, Volltreffer, dann würde ich dieses Jahr auch nichts mehr verändern. Ziel Erreicht!

Es ist wichtig die vielen Innovationen zu sondieren, bewerten, um festzustellen wo die größten Hebel liegen könnten. Es müsste die Spontanität reduziert und mehr geplant werden. Ein echtes Innovationsmanagement ist im Shop gefragt. Es wird nicht mehr der gewinnen, der Dinge "macht" sondern der, der die richtigen Dinge macht. Auch viel Geld bringt nichts, wenn man alles gleichzeitig macht und nirgends mehr richtig gut ist.

Etablieren Sie eine Kultur der Innovation in Ihrem Unternehmen. Ideen dürfen nicht mehr einfach so umgesetzt werden. Sie sollten diskutiert und bewertet werden. Sie sollten auch Zeit bekommen, um richtig auszureifen. Suchen Sie sich Mitarbeiter im Unternehmen, die in einem "Innovationsmeeting" mit Ihnen die Neuerungen diskutieren. Dass nur eine bestimmte Anzahl von Ideen umgesetzt wird. Setzen Sie sich echte Ziele – was wollen wir erreichen und hilft diese Idee dabei? Sehen Sie zu, dass Sie bewusst langsamer aber treffsicherer werden.

Dann schaffen Sie mehr mit weniger Hektik, Zeit und Kosten.

Über den Autor

☒ Johannes Altmann ist Gründer und Geschäftsführer der Shoplupe GmbH. Er berät mit seinem Team Online-Shops wie Herrenausstatter.de, Dallmayr, Neckermann oder Strenesse. Johannes Altmann ist Dozent an der Akademie des Deutschen Buchhandels und Initiator der Branchenauszeichnung "Usability Award". Laut exciting commerce ist Johannes Altmann Deutschlands bester Shopberater.