

"Es ist wichtig Vertrauen zu schaffen" - Interview mit Magix (Partnerangebot)

✘ Magix ist einer der führenden Anbieter von Multimedia-Software und vertreibt seine Produkte auch über einen eigenen Web-Shop. Zudem wurde die Angebotspalette um zahlreiche Online-, Mobile und Cloud-Dienste erweitert. Wir sprachen mit Dr. Arnd Schröder, Executive Vice President Online Marketing bei Magix.

Lesen Sie mehr zur Erfolgsstrategie bei Magix.

Was ist das Besondere an Ihrem Shop? Was ist die Idee?

Der Shop erlaubt uns als Hersteller den Direktvertrieb unserer entwickelten und produzierten Produkte. Die Vorteile des Shops liegen auf der Hand: Wir sind besonders nah am Kunden und erhalten direktes Feedback. Dank des Direktvertriebs können wir Vorteile an die Kunden weitergeben, wie es nur bei Herstellern selbst möglich ist, zum Beispiel die lebenslange Downloadmöglichkeit oder kostenlosen E-Mail-Support.

Auch hinsichtlich der Usability passen wir den Shop stets den Bedürfnissen unserer Kunden an. In unserem Falle ist das eine besonders klare Struktur mit großen Buttons und großer Schrift. Wir sind nicht an das „Korsett“ eines anderen Shops gebunden und können unseren Shop frei gestalten.

Welches Shopsystem nutzen Sie? Haben Sie das System selbst programmiert bzw. angepasst?

Wegen dieser eben beschriebenen Flexibilität in der Gestaltung haben wir uns dafür entschieden, den Shop selbst zu entwickeln. Dem finalen Design des Shops gehen verschiedene Entwürfe voraus, die auf ihre Usability durch verschiedene Tests mit unterschiedlichen Fokusgruppen unserer Zielgruppen erprobt wurden. Natürlich ist eine solche Shop-Seite ein fließendes Kontinuum, das heißt, sie wird ständig weiterentwickelt und optimiert. Eine wichtige Anpassung war beispielsweise die Einführung weiterer Zahlungsmöglichkeiten.

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

Als Hersteller steht für uns die Qualität unserer Produkte an erster Stelle. Daher investieren wir vergleichsweise viel in Research und Development, entwickeln und produzieren in Deutschland, um durch Qualität Vertrauen zu schaffen.

Die zweite Säule des Kundenvertrauens ist für uns der kompetente und umfangreiche Kundenservice sowie der technische Support, der direkt mit der Entwicklungsabteilung verknüpft ist.

Als dritte Säule gehört für uns auch die umfangreiche Information per Video, Bild und Text dazu, die der Kunde in unserem Shop für jedes Produkt erhält und die die Kaufentscheidung erleichtert. Die vierte Säule des Kundenvertrauens für uns ist, Sicherheit im Kaufprozess und Service zu bieten. Nicht umsonst haben wir das Trusted Shops Siegel erhalten, das wie die Geld-Zurück-Garantie und lebenslangem Download dem Kunden signalisiert, dass er uns vertrauen kann.

Gibt es technische Besonderheiten, auf die Sie stolz sind?

Wir sind besonders stolz darauf, dass wir den Shop vom Design und Layout über die Usability bis hin zur Technik des Backends selbst entwickelt haben. Dadurch können wir schnell reagieren, falls sich gesetzliche Vorschriften ändern oder Hinweise von Kunden eingehen.

Gibt es Teilbereiche Ihres Shops, die Sie an Partner abgegeben haben (z.B. Lagerhaltung, Webdesign, Inkasso)? Wie klappt die Zusammenarbeit?

Nein, sämtliche Bestandteile der Produktions- und Vertriebskette sind in unserer Hand. So können

wir am besten die Zuverlässigkeit und Transparenz unserer Prozesse gewährleisten. Dennoch war es uns wichtig, unseren Shop von externer Seite aus, durch Trusted Shops zertifizieren zu lassen, um dem Sicherheitsbedürfnis des Kunden gerecht zu werden und Vertrauen zu schaffen.



Wie bekommen Sie neue Besucher in den Shop? Vielleicht auch ein Tipp dazu?

Wie andere Anbieter nutzen auch wir Internetkampagnen und Mailings um Kunden zu gewinnen. Auch in den Social Media haben wir eine starke Präsenz durch unseren Corporate Blog namens **MAGIX Magazin** sowie unsere vielfältigen Aktivitäten für unsere große Facebook-, YouTube- und Twittercommunity.

Mit Trial-Versionen und Besprechungen sind wir regelmäßig in den einschlägigen Online-Portalen und Printmagazinen vertreten. Zahlreiche Awards bestätigen die Qualität unserer Produkte.

Seit einigen Jahren - und das ist unser Tipp - setzen wir in unserer Online-Kommunikation Videos ein, sowohl auf unserer Shopseite, als auch in unseren Mailings. Aufgrund dieses großen Erfolges und unserer Kompetenz im Videobereich dank unserer Schnittsoftware und unserer Contentproduktion haben wir ein eigenes Produkt entwickelt. Mit der **Videocloud** von MAGIX können auch andere Unternehmen Videos in ihren Shops managen und gewinnbringend einsetzen.

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

Natürlich erzeugt eine Shop-Eigententwicklung mehr Betreuungsaufwand. So manche Hindernisse haben wir erfolgreich aus dem Weg räumen müssen und können. Doch mit dem Resultat sind wir und unsere Kunden durchaus zufrieden. Die Trusted Shops Zertifizierung hat zusätzlich einen weiteren Blick auf bestimmte Themen erbracht, die teilweise anders beziehungsweise weniger im Fokus standen.

Warum haben Sie sich für die Trusted Shops Zertifizierung entschieden?

Trusted Shops ist in Europa das am weitesten verbreitetste Vertrauenssiegel und genießt eine große Bekanntheit. Ein weiterer Grund für unsere Entscheidung für Trusted Shops ist die kompetente Beratung, die wir auf diese Weise in Anspruch nehmen konnten. Gleichzeitig zeigten das Ergebnis der Überprüfung durch Trusted Shops und der aus unserer Perspektive geringe Umfang der nötigen Nachbesserung, dass wir mit dem Shop bereits zuvor das Meiste richtig gemacht haben.

Welche Tipps haben Sie für andere Shopbetreiber?

 Grundsätzlich lohnt es sich immer, häufig zu testen und Kundenfeedback einzuholen. Es kommt darauf an, die eigenen Zielgruppen zu beobachten und zu verstehen und danach den Aufbau und die Kommunikation des Shops zu strukturieren. Da Videos in kürzerer Zeit schneller selbst kompliziertere Usecases der Produkte klar und einfach darlegen können und in SEO-Hinsicht eine besondere Präsenz genießen, können wir vor allem empfehlen, verstärkt Videos einzusetzen. Außerdem ist es wichtig, durch einen guten, kompetenten Kundenservice und Zertifizierung Vertrauen zu schaffen.

Nutzen Sie schon Web 2.0 Möglichkeiten, z.B. einen eigenen Blog, Produktbewertungen oder soziale Netzwerke?

Wie bereits beschrieben, sind die Betreuung und Neugewinnung von Kunden durch unsere Präsenzen in den sozialen Netzwerken wie Facebook, Twitter, bei YouTube und in unserem Corporate Blog seit Jahren ein wesentlicher Bestandteil unserer Kommunikation.

Wo informieren Sie sich zum Thema Online-Shopping?

Sämtliche Mitarbeiter, die direkt mit der Weiterentwicklung unseres Shops betraut sind oder andere Aufgaben im Online Marketing bearbeiten, informieren sich fortlaufend. Unseren Mitarbeitern ist bewusst, dass sie in einem sich permanent wandelnden Umfeld bewegen, wo es unabdinglich ist, sich auf dem Laufenden zu halten. Neben den regelmäßigen Fachmagazinen, die wir unseren Mitarbeitern zur Verfügung stellen, informiert sich jeder einzelne individuell über aktuelle

Entwicklungen in seinem Themenbereich auch online über verschiedenste Plattform. Diese hier zu nennen, würde den Rahmen sprengen.