

"Gütesiegel hilft bei Neukundengewinnung" - Interview mit wardow.com (Partnerangebot)

☒ Die Tasche zählt zu den am häufigst genutzten Mode-Accessoires in der Welt. Und fast jeder nennt einen Koffer sein eigen. Danny Wardow, Gründer des Online-Shops wardow.com, hat sich auf das Premiumsegment bei Taschen und Koffern spezialisiert und plaudert im Interview ein wenig aus dem Nähkästchen.

Lesen Sie mehr.

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

wardow.com hat ein ausgesuchtes und gleichzeitig umfangreiches Sortiment an hochwertigen Lederwaren mit Taschen, Koffern und Accessoires aus dem Premium- und Luxussegment. Mit unserem Mix aus Trend- und Designermarken bzw. Traditionshäusern und Jungdesignern sprechen wir eine Zielgruppe an, die großen Wert auf Qualität und Individualität legt. Bei wardow.com finden Taschenliebhaber besondere Marken und handgearbeitete Einzelstücke, die im Einzelhandel aufgrund der begrenzten Regalfläche nicht zu finden sind. Besonders viel investieren wir in eine ansprechende Markenpräsentation, um unseren anspruchsvollen Kunden ein einladendes Shopperlebnis und den Herstellern ein attraktives Markenumfeld zu bieten. Und es funktioniert: mittlerweile gehören wir zum exklusiven Händlerkreis, mit dem die anspruchsvollen Marken bevorzugt kooperieren.

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

Wir nutzen Magento Enterprise. Das Design des Shops wird inhouse entwickelt. Die technische Umsetzung und das Hosting übernimmt unsere Agentur Phoenix Media.

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

Sozusagen von der ersten Stunde an arbeiten wir mit Trusted Shops zusammen. Wir merken, dass das Siegel und die Garantie von unseren Kunden gut angenommen werden - gerade wegen der hochpreisigen Produkte. Zusätzliches Vertrauen schafft die hohe Transparenz, die wir durch unser teilautomatisiertes Warenwirtschaftssystem Pixi erreichen. Hiermit können Kunden ihre Bestellung vom Bestellvorschlag über den Versand bis hin zur Retourenabwicklung selbst mitverfolgen. Kundenbewertungen, unser inhouse Kundenservice, eine 30-tägige Rückgabefrist und eine hochwertige Produktpräsentation ergänzen diese Maßnahmen.

Gibt es technische Besonderheiten, auf die Sie stolz sind?

Mitte 2011 bereits ist wardow.com für eine bessere Performance und ein höheres Kundenerlebnis auf leistungsstärkere Webserver gewechselt. Zuletzt konnte die Zugriffsgeschwindigkeit mithilfe einer der schnellsten Caching Technologien, dem Varnish Cache, nochmal deutlich gesteigert werden. Mit der Einführung von Pixi Ende 2010 haben wir eine hohe Automatisierung vieler Prozesse erreicht und unser Versandvolumen im folgenden Jahr fast vervierfacht.

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

Wir haben Buchhaltung, Hosting und die technische Umsetzung unserer Shopentwicklung abgegeben.

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

Bei der Gewinnung von Neukunden setzen wir vor allem auf performanceorientierte Maßnahmen

wie Suchmaschinenmarketing, Retargeting, Affiliate Marketing und Preissuchmaschinen. Sehr aktiv sind wir auch im Bereich Social Media mit unseren Kanälen bei Facebook und Twitter bzw. unserem Blog und Newsletter. Daneben intensivieren wir aktuell unsere Presse- und Öffentlichkeitsarbeit mit On- und Offline-Kooperationen, um uns als Marke zu etablieren und die Bekanntheit von wardow.com weiter zu steigern.

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

Google Pagerank

Gab es Dinge, die eine unerwartete positive Dynamik entwickelt haben?

Der Umstieg auf Pixi und Magento bedeutete für uns eine beachtliche Zeitersparnis, minimierte Fehlerquoten und ein Plus an Sicherheit. Ohne diese Neuerungen hätten wir das angefallene Versandvolumen und den Zuwachs an Marken in diesem Jahr sicher nicht bewältigen können. Die gewonnenen Ressourcen können wir nun gut in andere Bereiche des Shopmanagements investieren.

Warum haben Sie sich für die Trusted Shops Zertifizierung entschieden? (Freiwillig)

Wir finden es wichtig, dass unsere Kunden und auch wir einen objektiven Nachweis über die Qualität des Shops und die Zuverlässigkeit des Unternehmens dahinter erhalten. Das Trusted Shops Gütesiegel als allgemein anerkanntes Shopsiegel ist für uns auch besonders wichtig bei der Gewinnung von Neukunden.

Welche Tipps haben Sie für andere Shopbetreiber?

Wir legen großen Wert darauf, dass das Wissen innerhalb des Unternehmens wächst und im Unternehmen bleibt. Aus diesem Grund sollte genau abgewogen werden, welche Teilbereiche wirklich an Externe abgegeben werden können. Weiterhin muss die Auswahl der geeigneten Software bzw. Partner für Shop, Warenwirtschaft und CRM sorgfältig getroffen werden. Nichts ist schlimmer als ein Shopsystem, das vom Entwickler nicht oder nur noch langsam weiterentwickelt wird. Für den professionellen Umgang mit Kunden empfehlen wir auf Schnelligkeit in Versand und Kommunikation zu achten. Dies schließt neben der guten Erreichbarkeit des Kundendienstes, >12h Beantwortungszeit und dem Versand am nächsten Werktag auch das Finden kulanter Regelungen ein. Negative Kommentare im Web sind nicht immer zu verhindern, lassen sich damit aber stark minimieren. Grundsätzlich sollten Shopinhaber neben dem Geschäftlichen nie die Liebe zum Produkt verlieren, sondern immer bis ins Detail genau arbeiten.

Nutzen Sie schon Social Media, z. B. einen eigenen Blog, Produktbewertungen oder soziale Netzwerke?

Diese Frage ist etwas überholt. Na klar nutzen wir diese Möglichkeiten. Wir machen jedoch nicht jeden Hype gleich mit. Kennt noch jemand Second Life? Facebook ist für uns aktuell der ideale Weg, um mit unseren Kunden und denen, die es werden wollen, in Kontakt zu bleiben und regelmäßige Neuheiten im Sortiment bekannt zu geben. Über kleine Gewinnspiele, Rabattaktionen und Diskussionen halten wir unsere Fanpage für Besucher interessant.

Wo informieren Sie sich zum Thema Online-Shopping?

Exciting Commerce treibt mich an. Spannende Konferenzen wie die K5 zu besuchen, ist mein Ziel für das nächste Jahr. Leider reicht die Zeit nicht immer.