E-Mail von Altmann: Die e-Schlamperei im Netz

☒ Hatten Sie Ärger mit der Agentur, Probleme mit Ihrer Shopsoftware, Bugs in vermeintlichen Standardlösungen? Ja - dann sind Sie nicht allein. Die Qualität im Netz lässt an allen Ecken und Enden nach, die Skalierbarkeit scheitert und die Rechnung geht an den Shopbetreiber.

Eine Rechnung, die bald nicht mehr aufgehen kann.

Lieber Shopbetreiber,

fast haben Sie es wieder geschafft - noch das Weihnachtsgeschäft abwickeln und dann ist Zeit, um über das Jahr 2012 rückwirkend mal nachzudenken. Meine drei Erkenntnisse aus schlaflosen Nächten und Ideen, die Ihnen helfen könnten.

Kompetenz ist nicht skalierbar!

Kleine Agenturen sind schnell, kreativ und günstig. Die Themen werden vom Chef erfasst, realisiert und anschließend umgesetzt. Sobald die Agentur wächst, telefonieren Sie nicht mehr mit dem Chef sondern mit dem Entwickler. Das klappt für die Agentur nicht lange und sie bekommen einen Projektmanager an die Leitung. Die Effizienz ist für Sie damit dahin. Themen werden nur noch erfasst - nicht mehr diskutiert.

Sie müssen besser vorbereitet sein, sollten kleine Fachkonzepte schreiben und sind verpflichtet selbst nachzudenken und zu planen. Sie können Möglichkeiten nur noch selbst abwägen und sollten das auch tun. Wenige Agenturen schaffen es, dass die Kompetenz des Gründers skaliert. Meistens bleibt die Kompetenz durch Wachstum auf der Strecke.

Kernkompetenz - das Fremdwort!

Den Agenturen und Dienstleistern geht es gut, die Geschäfte laufen hervorragend. Trotzdem will kein Schuster bei seinen Leisten bleiben. Jede Agentur versteht sich als Social Media Marketing Agentur, versteht sich als SEO oder Usability Experte und hat selbstverständlich Kompetenz bei der Conversion Optimierung und will auch selbst hosten. Es entsteht ein unübersichtlicher Brei von Leistungen, die in alle Richtungen gehen.

Die E-Commerce Welt ist aber deutlich komplexer geworden. In allen Bereichen haben sich Spezialisten entwickelt. Sie haben ein Recht auf Spezialisten und sollten die Kompetenz mit Erfahrungen und Referenzen genau erfragen. Verabschieden Sie sich vom Gedanken "alles aus einer Hand". Sie wollen kein Fertighaus, sie wollen Individualität.

Qualität als Erfolgsfaktor

Module funktionieren nicht wie gedacht, das neuste Shop Update bringt weitere Bugs und die letzte Implementierung der Agentur war ein Desaster. Immer mehr Qualitätssicherung wird zum Kunden verschoben. Sie erhalten die 80%-Lösung und können den Rest selbst erledigen.

Definieren Sie bei jedem Auftrag klare Ziele. Was soll erreicht werden, wann soll es fertig sein und welcher Preis ist anschließend fällig. Beim Kauf eines Moduls muss Ihr Implementierungspartner anbieten, dass das Modul anschließend auch funktioniert. Laufen Sie nicht in die Falle, dass keiner verantwortlich ist und die Korrektur auf Ihre Kosten läuft. Ihr Implementierungspartner muss gegebenenfalls prüfen, ob das Modul für den Shop auch geeignet ist.

Die Branche hat sich die letzten zehn Jahre von Innovationstreibern, Kreativen, Gründern und Pionieren zu einer großen Schlamperwerkstatt entwickelt. Die Qualität leidet unter dem Wachstum.

Im nächsten Level der Professionalität sollte jeder sich über die Qualität seiner Arbeit Gedanken machen, damit wir Usern weiterhin ein schönes Einkaufserlebnis bieten können.

Über den Autor

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