

"Erfolg im Online-Handel braucht Geduld" - Interview mit bag-stage.de

☒ Wer heute im Netz erfolgreich verkaufen möchte, der braucht ein gutes Geschäftsmodell, die richtigen Partner und vor allem Geduld. Diesen Tugenden beschreibt Christian Westermann, Leitung Vertrieb- & Geschäftsentwicklung bei bag-stage.de, die Erfolgsgeschichte des Online-Shops.

Lesen Sie mehr.

Was macht Ihren Shop besonders?

Wir setzen bei **bag-stage.de** auf nachhaltige Strategien die in folgende Themen gegliedert sind:

Nachhaltigkeit – Unser Kunde steht immer im Mittelpunkt mit persönlicher Beratung zu unseren unterschiedlichsten Produktgruppen wie Tragetaschen, Kleidersäcken, Kartonagen und Geschenkverpackungen – dies gilt für Shop-Ware sowie für Auftragsproduktionen!

Unsere Kunden werden persönlich von Produkt-Experten beraten – keine Wartezeiten!
Wir setzen auf langfristige Kundenbindung und Beziehungen
Usability – Eine einfache Struktur und gute Menüführung führt zu weniger Abbruchraten

Transparenz und einfache Menüführung für den User
Alles auf einen Blick, damit sich der Interessent nicht verläuft
Nachvollziehbare Seitenstrukturen
Service – absolute Serviceorientierung mit vielen zusätzlichen Dienstleistungen:

Schnelle Belieferung der Lagerware – 24/48 h nach Bestellung (Kurze interne Wege)
Top Beratung vom Experten am Telefon unterstützt den Shop bei Rückfragen
Anfragen / Rückfragen werden prompt per Mail oder Telefon beantwortet
Gute Preise, kompetente Beratung und absolute Flexibilität bei Sonderwünschen
Unkomplizierte Lösungsansätze, die unseren Kunden schnell helfen
Auf Wunsch viele weitere Optionen wie beispielsweise Express-Versand & Abholungen
Marketing – Ohne eine gute Kommunikation oder Bewertung geht nichts

Google
Newsletter
Produktmailings (Print/Mail)
Kooperationen
Empfehlungen
Zahlungen – wichtig um den Kunden seine bevorzugte Zahlungsmöglichkeit zu bieten

Pay-Pal
Sofort-Überweisung
Lastschrift uvm
Sicherheit – Im Internet ein ganz wichtiges Thema zum Datenschutz!

Käuferschutz und geprüfter Schutz über Trusted Shops – Top-Vertrauensmaßnahme!
Modernste SSL Verschlüsselung der Kundendaten über Shop-Bestellungen – Unbedingt notwendig!
Zertifizierungen – Wir wollen nicht nur Versprechen leisten – sondern belegen dies gerne mit Fakten:

Trusted Shops
FSC Zertifizierung
TÜV Nord geprüft (FSC-Audit)
CO² klimaneutrales Unternehmen
CO² klimaneutrale Tragetaschen Produktion
SSL Verschlüsselung Online-Shop
und vieles mehr!
Prozessoptimierung – wir arbeiten stetig an der Optimierung und Automatisierung der Prozesse:

Schnelle Reaktion zum Kunden und deren Anfragen/Belieferungen
Erweiterung von zusätzlichen Angeboten und schnelle Pflege/Implementierung im Shop
Schnelle Reaktion auf Marktgegebenheiten und deren Umsetzung als Mehrwert für Kunden
Einführung der Produktneuheiten "Just in time"
First in – first out Prinzip (Bestandsmanagement)
Feedback – Die Meinung unser Kunden steht ebenso im Mittelpunkt

Kundenbewertungssystem zu den Artikeln
Servicebewertung
Umfragen und persönliches Feedback von Kunden
Ökologie – Konsequentes Ökologie-Management als durchgängig roter Faden – Der Umwelt zuliebe:

Klimaneutrales Unternehmen
Klimaneutrale Auftragsproduktion von Tragetaschen (optional)
Klimaneutraler Versand
FSC Zertifizierung – Für nachhaltige Waldwirtschaft
Grüner Strom, Duale Entsorgung, Blauer Engel, Bio-Produktionen uvm.
Lieferanten – ständiger Austausch mit Lieferanten und Abgleich der Leistungen und Qualitäten:

Konditionsprüfung um unseren Kunden immer einen attraktiven Preis zu gewährleisten
Gute Kommunikation
Einführung neuer Produkte
Schnelle Verfügbarkeiten
Lieferanten-Bewertungssysteme (Quartal)
Kompetentes Reklamations-Management
Breites Netzwerk in Europa und Fernost
Mitbewerberanalyse – Um ein globales Bild über den Markt zu erhalten

Stärken und Schwächen Analysen
Was kann uns oder die Kunden weiterbringen?
Umsetzung neuer Maßnahmen, die der Markt fordert
Aus unserer Sicht sind die o.g. Faktoren äußerst wichtig, um einen erfolgreichen Shop zu führen.
Dies gilt allerdings auch für das gesamte Unternehmen; denn schließlich wollen beide Vertragsparteien Spaß am Geschäft haben.

Welches Shopsystem nutzen Sie?

Online-Shop: Opencart

personalisierte Auftragsproduktionen: Modx

Beide Systeme (Online Shop / Druckseite für Auftragsproduktionen) wurden mit Unterstützung des o.g. Template Systems selbstständig konzipiert und programmiert. Somit können wir die optimale Implementierung in unser System und die größtmögliche Flexibilität bei neuen Produkten oder notwendigen Anpassungen gewährleisten.

Kundenprojekte stehen für uns im Mittelpunkt – da wir uns als Dienstleister in jeder Hinsicht verstehen und es bei einer kundenorientierten Umsetzung absolut wichtig für eine nachhaltige Geschäftsbeziehung halten!

Wie haben Sie Ihre Anstoßkette gestaltet?

Unsere größten Werbewege sind:

Google
Partnerschaften / Kooperationen – natürlich mit Trusted Shops u.v.a
Kundenempfehlungen
Kunden-Mailings
Target Marketing – Branchenbearbeitung
Öffentlichkeitsarbeit
Das Ganze wird durch die kompetente Beratung unserer Experten unterstützt. Wir verstehen uns als

Dienstleister, der alle Produkt-Bereiche im Segment Service-Verpackungen abdeckt. Von der neutralen Tragetasche im Online-Shop als Einstieg für den Einzelhandel oder als personalisierte Auftragsproduktion von Tragetaschen, Kleidersäcken, Kartonagen und Geschenkverpackungen mit Logo.

Dies wird kombiniert mit einem breiten und tiefen Produktmix in jeder einzelnen zuvor genannten Sparte.

Wie sieht Ihre Strategie zum Markenaufbau und Markenführung aus?

Unseren Leitlinien entsprechend setzen wir auf Service, professionelle Beratung, Flexibilität und Nachhaltigkeit, um die individuellen Kundenwünsche bestmöglich umzusetzen.

Daraus ergibt sich folgende Strategie:

Nachhaltigkeit (Kundenvertrauen, Top-Beratung, Zertifizierungen, Service und Beständigkeit)
Zertifizierungen (Trusted-Shops, FSC oder klimaneutrales Unternehmen)
Beständigkeit (Nachhaltige Angebote zu guten Konditionen und Mailings mit Informationen)
Marketing (Betreuung auch über den Auftrag hinaus)
Ökologie-Management (Als Unternehmen die Verantwortung für eine bessere Umwelt übernehmen)
Lieferanten-Management (Zusammenarbeit nur mit Lieferanten, die unsere Leitlinien von Qualität und Ökologie unterstützen)
Service mit schlanken Prozessen für unsere Kunden ohne "wenn und aber"
Differenzierung über Marketing-Aktionen, die unserem Kunden einen Mehrwert gegenüber Mitbewerbern anschaulich machen wie beispielsweise Trusted Shops und unsere klimaneutrale Tragetaschen Produktion.

Wie hoch ist in Ihrem Shop das Verhältnis von Bestands- zu Neukunden und wie gewinnen Sie neue Besucher?

Bei uns entspricht das Verhältnis Neukunden/Bestandskunde einer guten Mischung. Wir gewinnen tagtäglich mit unserem Shop-System und unserem erweiterten Serviceangebot über www.bag-stage.de/shop viele Neukunden. Dies betrifft aber alle Vertriebskanäle.

Durch unsere nachhaltige Produkt- und Kundenstrategie halten wir unsere Bestandskunden ebenso mit wiederkehrenden Bestellungen bei "Laune" und bekommen viel positives Feedback. Unser Tipp hierzu ist es, eine langfristige Kundenbeziehung zu suchen, bei der beide Seiten einen Mehrwert haben und außerdem Freude an der Zusammenarbeit empfinden. Dies bestätigen die stetigen Empfehlungen unserer Kunden.

Welche VKF-Maßnahmen zählen in Ihrem Shop zu den erfolgreichsten

Für uns ist es wichtig, dass der Kunde aus einer Vielzahl aus Serviceleistungen, Optionen und vielen Zusatzinformationen sowie den verschiedensten Abwicklungsarten bei Belieferung und Zahlungen wählen kann. Sozusagen ein rund um „Wohlfühlpaket“ rund um das gewünschte Produkt. Denn wir verstehen uns nicht nur als Händler in diesem umkämpften Markt, sondern sehen uns als Dienstleister / Lösungsanbieter – was uns wieder von der breiten Maße abhebt.

Viele Optionen & Zusatzleistungen sowie unsere Experten-Beratung erzeugen im Online-Shop und im tatäglichen doing eine extrem niedrige Absprungs-Rate bei Online-Bestellungen. Auch unsere Bestandskunden geben uns über andere Vertriebskanäle stetig positives

Feedback. Dabei unterstützen wir unseren Shop gerne mit folgenden Marketing-Aktionen:

Zugaben Bestellungen / Bestellwert € + 1 Artikel kostenlos

Rabattaktion / Zeitraum

Versandkosten freie Lieferung / Zeitraum

Tippspiele und Auslosungen / Events

Spezielle Oster, Sommer und Weihnachtsangebote / Jahreszeiten

Wie viele Mitarbeiter haben Sie zurzeit?

25 an zwei Standorten in Deutschland im Stammhaus in Düsseldorf und der Niederlassung in Freising (München)

Gibt es Teilbereiche Ihres Shops, die Sie an externe Dienstleister abgegeben haben?

Nein - haben wir nicht! Unser Ziel war es alles aus einer Hand umzusetzen - damit wir immer flexibel sind und keine langen Abstimmungsarbeiten sowie Wartezeiten haben. Es war uns bewusst, dass dies im ersten Schritt etwas kosten- und arbeitsintensiver bei der Konzeption, Umsetzung und Implementierung ist, dafür später in der Pflege und Wartung aber einfacher und kostengünstiger.

Unser eigenständiger und lösungsorientierter Ansatz ist ein extrem toller Wettbewerbsvorteil um auf gezielte Aktionen am Markt schnell zu reagieren - Serviceleistungen und Produkte können so schnell angepasst oder eingestellt werden.

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

Natürlich gab es Herausforderungen wie Anbindung an bestehende Systeme und technische Umsetzungen im Online-Shop, aber unser Ansatz war hier immer klar strukturiert und mit verschiedenen Projekt-Teams zu arbeiten. Dadurch konnten wir die Problemstellungen bisher immer schnell und kompetent lösen.

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

Wir denken, dass es das Zusammenspiel vieler Kleinigkeiten ist, aber seit dem erweiterten Qualitätsmanagement und Service-Angebot, unserm zusätzlichen Ökologiemanagement über Climate Partner sowie der Zertifizierung durch Trusted Shops konnten wir die Neuanmeldungen über unseren Shop deutlich steigern. Alle einzelnen Maßnahmen schaffen Vertrauen, was wir gerne wieder bestätigen!

Dies konnten wir bereits wenige Tage nach unserem Relaunch erfahren - wir sind begeistert über die Vielzahl an positiven Feedback!

Warum haben Sie sich für die Trusted Shops Zertifizierung entschieden?

Nach sorgfältiger Prüfung der drei größten Anbieter war schnell klar, warum wir uns für Trusted-Shops entscheiden werden und auch entschieden haben. Bei der Antwort brauche ich deshalb auch nicht lange überlegen:

Weil es perfekt in unsere nachhaltige Strategie und Kundenbindungsmaßnahmen passt

Einfaches und bekanntes Produkt und schnell verständlich
Transparenter und schneller Service
Servicebewertungssystem schafft Vertrauen
Käuferschutz für Sicherheit und vertrauensbildende Maßnahme
die angenehme und professionelle Zusammenarbeit begeistern uns
Die detaillierte Shop-Prüfung und die absolut angenehme Zusammenarbeit haben uns darüber hinaus nur bestätigt und wir konnten selbst erfahren wie ein guter Service auf Kunden wirkt! Unser Kompliment an dieser Stelle an Trusted Shops! Weiter so!

Hatten Sie in der Vergangenheit bereits Probleme mit Abmahnungen?

Nein, bisher nicht wirklich – wir waren in der Vergangenheit bereits gut aufgestellt und haben uns natürlich nach dem geltenden Recht orientiert. Dennoch konnten wir über die Trusted Shops Experten die rechtlichen Rahmenbedingungen und Vorschriften in 2013 überprüfen und hatten schnell noch ein paar Details aufgedeckt, welche angepasst werden mussten und vielleicht etwas missverständlich in der Formulierung waren. Dies gibt uns noch mehr Sicherheit für die Zukunft!

Somit haben wir nach wirklich sehr kurzer Umsetzungszeit das Zertifikat von Trusted Shop erhalten. Die spricht für eine unkomplizierte und gewissenhafte Arbeit unter Profis!

Welche Tipps haben Sie für andere Shopbetreiber?

Um einen wertvollen Online-Shop im B2B Bereich zu kreieren braucht man natürlich viel Struktur und Transparenz! Das sind für mich die ersten und wichtigsten Schritte zur Erstellung eines Shop-Konzeptes. Folgende Kriterien haben wir zugrunde gelegt:

übersichtliche Struktur und einfache Menüführung
Bebildung und Beschreibungen der Produkte müssen klar sein
Klare Linien bei Zahlungsmöglichkeiten (Einfach & transparent))
Verfügbarkeit der Produkte um schnelle Lieferung zu gewährleisten
Kompetente Beratung unterstreicht einen gut "laufenden" Shop sowie die Erreichbarkeit
Einfaches technisches Handling für Content-Seiten bzw. Produktseiten und Warenkorb
Keine Einstiegsbarrieren – d.h. viele Optionen die dem Kunden die Wahl überlassen sich bei Zahlungsmöglichkeiten oder Versand die perfekte Lösung für seine Bedürfnisse auszuwählen
Kunden-Login und Gast-Bestellungen ermöglichen
Zertifizierungen wie Trusted Shops unterstreichen unsere nachhaltige Strategie
Absetzen vom großen Markt mit speziellen Angeboten und Mehrwerten
Google Positionierung und Verknüpfung mit starken Partner wie Trusted Shops
Das alles ist natürlich ein bunter Strauß an unterschiedlichsten Anforderungen – aber zu aller erst benötigt man eine Vision, ein Konzept sowie viel Fleiß und Geduld ☐

Welche sozialen Medien zur Kundenkommunikation nutzen Sie?

Wir nutzen in diesem Fall viele unterschiedliche Kommunikationswege um eine breite Streuung für unsere Dienste bei Kunden und Interessenten zu gewährleisten. Diese sind:

Eigener Blog, Facebook Profil und ein Xing Profil
Produktbewertung über unser Shop-System
Servicebewertung über Trusted Shops
Presseforen und andere Blogs sowie Partnerschaften
Empfehlungen von anderen zufriedenen Kunden
Produktmailings

Newsletter

Persönliche Mails, Beratung und Betreuung

Wir zeigen unser Gesicht nicht nur in einem professionellen Shop sondern tagtäglich in den einzelnen Handlungsweisen, was uns unsere Kunden immer wieder bestätigen.

Wo informieren Sie sich zum Thema Online-Shopping?

Wir informieren uns auf den unterschiedlichsten Wegen:

Foren, Blogs, Tagungen und bei SEO Optimierern

Mitbewerber und Kundeninformationen geben große Aufschlüsse

Partner wie Trusted Shops unterstützen alle notwendigen Details

Best Practice: Top Shops von großen Markennamen im B2B Bereich analysieren

Empfehlungen von Kunden und anderen Seiten

Im Grunde genommen ist dies ein fortlaufender Prozess, der eine kontinuierliche Weiterentwicklung (KVP) fordert und mit einem positiven Feedback vom Kunden angenommen wird.

Wir haben den Anspruch Vorreiter in der Branche zu sein und somit eine Weiterentwicklung immer zusammen mit dem Kunden zu gewährleisten. Bisher kenne ich keinen in diesem Bereich, welcher über eine so breites Sortiment und so umfassende Strategie zu Service, Nachhaltigkeit, Erreichbarkeit, Zertifizierungen und Ökologie dem Kunden bietet. Momentan sind wir schon in den nächsten Planungsprojekten um weiterhin die Nase vorn zu behalten.