

"Seo ist das A und O" - Interview mit tragetaschenmarkt.de

☒ Von der Papiertragetasche bis zur hochwertigen Geschenktasche für Messen. Mit diesem Sortiment beliefert der Online-Shop tragetaschenmarkt.de seine Business-Kunden. Wie der Shop aufgestellt ist und mit welchen Strategien das Unternehmen im Markt erfolgreich ist, erläutert Marketingleiter Heinz Besold hier im Interview.

Was macht Ihren Shop besonders?

Tragetaschenmarkt.de bietet ein sehr umfangreiches Angebot an Tragetaschen mit verschiedenen Materialien, wie z.B. Baumwolle, Non-Woven, Papier und Kunststoff. Wir haben keinen Mindestbestellwert und liefern europaweit.

Welches Shopsystem nutzen Sie? Haben Sie das System selbst programmiert?

Wir nutzen das Contao-Shopsystem. Dieses wurde extern programmiert.

Wie haben Sie Ihre Anstoßkette gestaltet?

Mit der Priorität auf diversen Suchmaschinen. Gezielte Mailings an unsere Kunden sowie Anzeigen für den stationären Handel.

Welches sind Ihre drei erfolgreichsten Werbewege?

- 1) Internet
- 2) Mailing
- 3) Anzeigen

Wie sieht Ihre Strategie zum Markenaufbau und Markenführung aus?

Die Strategie ist, dass wir rein produktbezogen unter dem Begriff "Tragetaschenmarkt" aktiv sind.

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

Das Verhältnis von Bestands- zu Neukunden ist wie folgt: ca. 65% Bestandskunden und ca. 35 % Neukunden. Der Großteil der Besucher generiert aus den Internetaktivitäten.

Welche VKF-Maßnahmen zählen in Ihrem Shop zu den erfolgreichsten?

Um Bestandskunden zu aktivieren werden Rabattgutscheine eingesetzt sowie auch Sonderrabatte gewährt.

Wie viele Mitarbeiter haben Sie zurzeit?

5 Festangestellte und Aushilfen nach Bedarf

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

Nein, wir betreiben die Lagerhaltung, Versand und Inkasso im eigenen Haus. Das ermöglicht uns einen schnellen Versand sowie eine optimale Kundenbetreuung. Das Webdesign wurde extern erstellt und wird auch extern betreut.

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

Die Wunschvorstellungen weichen oft von der Realität ab – aber das kann jeder Kaufmann nachvollziehen.

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

Leider nur 1x in zurückliegender Zeit durch einen neuen Internet-Auftritt.

Warum haben Sie sich für die Trusted Shops Zertifizierung entschieden?

Weil bei Insidern Trusted Shops als zuverlässiges Bewertungsmerkmal zählt.

Welche Tipps haben Sie für andere Shopbetreiber?

Für einen Shopbetreiber ist das A + O das Gefundenwerden im Internet. Dazu empfehlen wir eine gute SEO-Agentur.

Welche sozialen Medien zur Kundenkommunikation nutzen Sie?

Nachdem wir nur an Gewerbetreibende verkaufen, genügt uns die Händlerbewertung.

Wo informieren Sie sich zum Thema Online-Shopping?

Wir werden hier von einem externen Dienstleister betreut.