

E-Mail von Altmann: So klappt's mit Ihrer Shop Agentur

✘ 100 Euro Stundensatz für eine Shop-Agentur ist nicht mehr ganz ungewöhnlich – auch dass die Agentur völlig ausgebucht ist und man kurzfristig überhaupt keine Ressourcen mehr bekommt, ist quasi daily business. Die Zusammenarbeit zwischen Shopbetreibern und Agenturen wird daher immer schwieriger.

Dabei hängt der Erfolg des Online-Shops doch signifikant von der Zusammenarbeit mit den Dienstleistern ab. Wie schnell können Innovationen umgesetzt werden, wie kreativ gestaltet sich die Zusammenarbeit und wie klug wird entwickelt. Wer mit seiner Agentur ein Problem hat, wird Entwicklungen aufschieben und gerät mit seinem Shop ins Hintertreffen.

Die Zusammenarbeit kann klappen, wenn Regeln eingehalten werden und die Arbeit gegenseitig respektiert wird.

Verhandlung beim Tagessatz

Angebot und Nachfrage steuern den Preis – deshalb verdienen Entwickler gut und die Stundensätze der Agenturen steigen. Die Verhandlung beim Tages- oder Stundensatz ist wenig fruchtbar – am Ende zählt eher die Zeit. Die Zeit sollte dafür sinnvoll und effizient genutzt werden. Versaute Tagessätze sind demotivierend bei der Zusammenarbeit und führen zu weniger effizientem Arbeiten.

Der Mittelweg im Briefing

Jede Anforderung und Idee für Ihren Shop sollten Sie detailliert beschreiben. Dabei sollten Sie aber nicht übertreiben und Dinge formulieren, die Sie selbst nur schwer verstehen. Die Idee und die Elemente, die Ihnen wichtig sind, müssen kommuniziert werden. Lassen Sie auch Freiraum zur Ausgestaltung, dann kann die Agentur eine Vorgehensweise vorschlagen. Vielleicht wurde ein ähnliches Thema schon entwickelt, vielleicht gibt es Module etc...

Schränken Sie kreative Arbeit nicht zu sehr durch Vorgaben ein. Designer und Entwickler sind keine Sachbearbeiter.

Die faire Projektlaufzeit

“Gestern soll es fertig werden” ist die gewitzte Frage jeder Agentur zum Thema Timing. Planen Sie Ihre Projekte sinnvoll und fair. Im August haben viele Urlaub, an Weihnachten wird es bei jeder Firma eng. Beachten Sie daher Vorlaufzeiten und nennen Sie vernünftige Termine.

Konsequent in eine Richtung

Schlimm ist, wenn der Kunde nicht weiß was er will. Sie sollten es wissen! Beauftragen, stornieren und ändern kostet Nerven und enorm viel Geld. Unentschlossene Shopbetreiber werden von Agenturen hart bestraft. Machen Sie deshalb eine sinnvolle Releaseplanung. Wann hätte ich gerne welches Feature?

Wenn das Projekt zu lange dauert

Wenn die Projektlaufzeit überschritten wird, nochmals und nochmals was dazukommt und die Agentur im Verlustmodus fährt, ist der Schritt zum Dauerprojekt gelegt. Schnell erkennbar, wenn Ihr Entwickler und Projektleiter ausgetauscht wird und Sie zum nächsten Mitarbeiter verschoben werden. Sehen Sie zu, dass Projekte in vernünftiger Zeit auch final abgeschlossen werden. Mit der Agentur muss es funktionieren und ein häufiger Wechsel macht die Situation nicht besser.

Über den Autor

✘ Johannes Altmann ist Gründer und Geschäftsführer der **Shoplupe 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.