

# "Sicherheit beim Online-Kauf ist zentral" - Interview mit fanflosse.de

☒ Die Grundlage für den Erfolg im Handel ist nach wie vor ein gutes Produkt. Der Online-Shop Fanflosse vertreibt gerade einmal ein Produkt und ist damit erfolgreich. Was dahintersteht, erläutert Jan Rommel, Verkaufsleiter Fanflosse Vertrieb Deutschland, im Interview.

## Was macht Ihren Shop besonders?

Über unseren Shop [fanflosse-shop.de](https://fanflosse-shop.de) vertreiben wir mit der Fanflosse® ein einzigartiges Produkt, das die Welt so noch nicht gesehen hat.

## Welches Shopsystem nutzen Sie?

Wir haben uns bei der Wahl des Shopsystems für Oxid CE entschieden, wo wir das Template selbst individualisiert haben. Wir denken, dass sich die Optik jetzt auf jeden Fall sehen lassen kann.

## Wie haben Sie Ihre Anstoßkette gestaltet?

Das Marketing für die Fanflosse® setzt sich aus einem ausgewogenen Mix aus Printmailings, Online-Maßnahmen sowie einer gehörigen Portion Social Media zusammen. Die jeweiligen Kanäle richten wir natürlich auf die entsprechenden Zielgruppen aus.

## Welches sind Ihre drei erfolgreichsten Werbewege?

Social Media  
Newsletter & Mailing Aktionen  
Zielgruppenoptimierte Anzeigen und Kampagnen in den verschiedensten Medien  
Nicht zu vergessen sind Berichte über das Produkt in Funk und Fernsehen sowie in reichweitenstarken Portalen. Dieser Prozess wird gerade angeschoben.

## Wie viele Mitarbeiter haben Sie zurzeit?

Es arbeiten zurzeit 14 Mitarbeiter in unserem Unternehmen.

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

Die Lagerhaltung übernimmt vorerst eine Firma in Pößneck und für das Webdesign und die Konzeptionierung ist die Firma Kallinich Media in Erfurt verantwortlich.

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

Bisher verliefen alle Aktivitäten genau nach Plan.

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

Das Produkt an sich erregte bei vielen zukünftigen Kunden und Geschäftsparten schon vor unserer offiziell geplanten Markteinführung starkes Interesse, wodurch wir gezwungen waren gegen unsere Erwartung schon vor der offiziellen Markteinführung mit dem Verkauf und der Auslieferung zu beginnen. Einfach toll!

## **Warum haben Sie sich für die Trusted Shops Zertifizierung entschieden?**

Um die Bekanntheit unseres Online-Shops zu steigern und um unseren Kunden Sicherheit beim Online-Shopping durch eine unabhängigen und anerkannten Partner zu bieten. Denn Sicherheit beim Online-Einkauf ist ein zentraler Aspekt, der zur Kundenbindung und zur gesunden Entwicklung eines positiven Images beiträgt.

## **Welche Tipps haben Sie für andere Shopbetreiber?**

Eine übersichtlich Struktur, ein ansprechendes Design und natürlich ein passendes Produkt sollten für einen erfolgreichen Shop an erster Stelle stehen.

## **Welche sozialen Medien zur Kundenkommunikation nutzen Sie?**

Wir nutzen zur Streuung alle Sozialen Netzwerke wie zum Beispiel Xing, Twitter, Facebook, etc.

## **Wo informieren Sie sich zum Thema Online-Shopping?**

Wo informiert man sich am besten über Online-Shopping? Natürlich online ☐ So halten wir das auch und beziehen unsere Informationen über Fachportale im Netz sowie bewährte Blogs. Auch über analoge Medien halten wir uns mit Fachzeitschriften auf dem neuesten Stand.