

"Mit den Augen der Kunden sehen" - Interview mit Schulranzenwelt.de

☒ Um sich in hart umkämpften Märkten erfolgreich positionieren zu können, braucht es neben guten Produkten auch eine Menge Wissen, um die verkaufsstarke Ansprache der Kunden. Daniela Isfort, Geschäftsführerin und Inhaberin, verrät, mit welchen Mitteln sie ihren Shop schulranzenwelt.de auf das Erfolgsgleis gesetzt hat.

Was macht Ihren Shop besonders?

Der Shop Schulranzenwelt.de ist direkt für die Zielgruppe konzipiert – Kinder vom Einschul-Alter bis zur weiterführenden Schule können sich intuitiv zurechtfinden. Es handelt sich nicht um einen Shop, wo die reinen Artikel eingestellt sind – bei uns steht der Wohlfühl- und Spassfaktor beim Einkauf im Vordergrund. Der Bestellvorgang ist sehr einfach – dem Kunden stehen uneingeschränkte Möglichkeiten der Zahlungsabwicklung und Adressdatenübermittlung zur Verfügung. Mit den Expressabschlußvarianten von Amazonpayment und PayPal Express ist innerhalb von wenigen Sekunden auch bei Neukunden eine Bestellung abgeschickt.

Besondere Stärke ist die Liefargeschwindigkeit bei lagernder Ware. Bestellungen bis 17 Uhr werden von Montag bis Samstag am folgenden Tag zugestellt.

Welches Shopsystem nutzen Sie?

Im Einsatz ist Shopware mit einem individuell konzipierten Frontend gemeinsam mit der Firma best it Consulting GmbH & Co. KG.

Wie haben Sie Ihre Anstoßkette gestaltet?

Der Kunde findet seinen Weg in unseren Shop in der Regel über Google Werbung oder über die generische Googlesuche. Darüber hinaus bieten wir dem Kunden das komplette Sortiment zu sehr wettbewerbsfähigen Preisen an, so dass viele Kunden auch über die Preissuchmaschinen auf unseren Shop stoßen und bei uns kaufen.

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

Preissuchmaschinen, Googlewerbung und Googlesuche.

Wie viele Mitarbeiter haben Sie zurzeit?

Aktuell arbeiten circa 10 Mitarbeiter für unseren stationären Fachmarkt und unseren Onlinehandel.

Gibt es Teilbereiche Ihres Shops, die Sie an

externe Dienstleister abgegeben haben?

Das Webdesign findet in enger Abstimmung mit der Firma bestit statt. Die Lagerhaltung und Logistik übernimmt die Firma IBS Bürosysteme Karl Isfort GmbH & Co. KG ein weiteres Unternehmen aus dem Firmenverbund. Die Zusammenarbeit funktioniert mit beiden Partnern absolut reibungslos und bei der Logistik hochprofessionell und komplett automatisiert.

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

Der Shop ist seit Mai 2013 online und alles hat viel besser geklappt als geplant. Sowohl die Shopumsetzung als auch das laufende Geschäft haben die Planungen um ein vielfaches übertroffen. Als Nominierte unter den Top 5 Unternehmen in unserer Kategorie für den Usability Award sind wir überwältigt von dem positiven Start des Shops. Wir haben noch viele Pläne für weitere Verbesserungen im Shop und stehen aus unserer Sicht gerade erst am Anfang der Entwicklung! Die Umsatz- und Ertragsentwicklung und die überaus positiven Kundenbewertungen haben alle unsere Erwartungen bei weitem übertroffen. Insbesondere in der Anfangsphase hatten wir nicht mit einem so reibungslosen Ablauf gerechnet. Innerhalb kürzester Zeit konnten alle internen Prozesse automatisiert werden, so dass mittlerweile der Kunde im Fokus steht und immer unverzüglich und individuell von uns beraten wird und auch bei Zustellproblemen des Paketdienstleister direkte Hilfestellung erhält.

Warum haben Sie sich für die Trusted Shops Zertifizierung entschieden?

Als Unternehmen, was mit dem Onlinehandel startet, war uns direkt klar, dass wir dem Kunden die Sicherheit geben wollen, dass wir ein verlässlicher und seriöser Partner sind. Dies konnten wir nur mit der Trusted Shops Zertifizierung sicher stellen. Als Dank haben die ersten Kunden auch gerne und ohne Angst Zahlungsarten wie Vorkasse verwendet – das hat uns trotz Zertifizierung sehr überrascht und uns in der Entscheidung bestätigt, dass wir uns für das richtige Zertifikat entschieden haben. Die Zusammenarbeit mit Trusted Shop war für uns sehr hilfreich, insbesondere was die Themen Rechtssicherheit und Kundenfreundlichkeit anbetrifft.

Hatten Sie in der Vergangenheit bereits Probleme mit Abmahnungen?

Bisher sind wir noch nicht abgemahnt worden. Wir sind uns aber bewusst, dass wir als neuer Marktteilnehmer einer erhöhten Abmahngefahr durch unsere Wettbewerber unterliegen. Wir haben mit Trusted Shops und anwaltlicher Unterstützung versucht alles zu tun, damit wir möglichst lange ohne eine Abmahnung auskommen. Wenn dann irgendwann doch die erste Abmahnung kommt, dann sind wir rechtlich gut vorbereitet und werden uns der Herausforderung stellen.

Welche Tipps haben Sie für andere Shopbetreiber?

Aus unserer Sicht ist es am besten, wenn man seinen Shop aus den Augen der Zielgruppe betrachten lässt. Wir sind fest überzeugt, dass die Zeit der reinen Artikelshopsysteme mittelfristig vorbei sein wird. Wie im stationären Handel wollen sich die Kunden auch online in einem Shop wohlfühlen und an der Shopgestaltung erkennen, dass der Anbieter die Artikel und das Einkaufserlebnis seiner Kunden am Herzen liegt. Wer nur Content online stellt um möglichst viel zu verkaufen, wird zukünftig immer schneller von den Kunden auch direkt als solches Unternehmen erkannt. Kunden wollen beim Einkauf und vom Service begeistert werden – da unterscheidet sich

der Onlinehandel nicht von stationären Geschäften. Bisher haben viele der langjährigen Onlinehändler dieses offenbar noch nicht als wichtige Strategie für den eigenen Shop erkannt.

Welche sozialen Medien zur Kundenkommunikation nutzen Sie?

In der Schulranzenwelt.de stehen Kunden- und Artikelbewertungen absolut im Mittelpunkt. Viele Kunden orientieren sich gerne an den Erfahrungen anderer mit dem Shop und mit den gekauften Artikeln, deshalb sind die Bewertungen prominent im Shop implementiert. Einen eigenen Blog bauen wir gerade auf. Die Verbindung auf facebook zu unserer Zielgruppe haben wir schon aktiv gepflegt, als wir nur über das stationäre Geschäft verkauft haben. Dies werden wir speziell für die Onlinezielgruppe zukünftig noch weiter ausbauen.

Wo informieren Sie sich zum Thema Online-Shopping?

Insbesondere die Newsletter von Trusted Shops und von Shopware informieren uns regelmäßig über neue Trends. Zusätzlich besuchen wir alle relevanten Branchenmessen, wenn es uns zeitlich möglich ist.