

Sorgfältige Planung ist der Weg zum Erfolg - Interview mit Wellandeo

☒ Welche Erfolgsfaktoren spielen im Online-Handel eine besondere Rolle? Darüber hat sich Maximilian ter Hazeborg, Gründer und Geschäftsführer des Online-Shops Wellandeo, Gedanken gemacht. Im Interview berichtet er vom Aufbau und der Weiterentwicklung seines Shops.

Was macht Ihren Shop besonders?

Ziel von Wellandeo ist es, den ersten und zentralen Anlaufpunkt für das zukunftssträchtige Thema Healthstyle mit Produkten aus den Bereichen Gesundheit, Fitness, Wellness und Bodycare online zu schaffen. Neben zahlreichen modernen und innovativen Produkten bieten wir den Kunden auch weiteren Mehrwert und Informationen, u.a. durch einen eigenen Blog, Videos etc. Zukünftig sollen dann noch weitere neue Funktionen folgen und vor allem auch der Service und die Beratung ausgebaut werden. Das besondere an der Plattform ist das Partnerprogramm, für welches ein integriertes Marktplatzsystem (Mall) programmiert wurde. Dies ermöglicht die Einbindung verschiedenster externer Partner auf der Plattform, was durch eine Vermittlungsprovision vergütet wird (wir sind immer auf der Suche nach spannenden Produkten und externen Partnern, die sich jederzeit gerne mit uns in Verbindung setzen können).

Welches Shopsystem nutzen Sie

Oxid esales CE 4.7 inkl. selbstprogrammierter Mall-Funktion für die Anbindung verschiedener Händler, die bei Wellandeo ihre Produkte anbieten können

Welches sind Ihre drei erfolgreichsten Werbewege?

SEO, SEA, PR, Kooperationen

Wie sieht Ihre Strategie zum Markenaufbau und Markenführung aus?

Stets neue innovative Produkte aus dem Bereich Healthstyle (Gesundheit, Fitness, Wellness, Bodycare) sowie E-Health und M-Health Produkte. Zudem sind wir ein Marktplatz und bieten anderen Händlern aus unseren vier Schwerpunkt-Kategorien einen weiteren Vertriebskanal. Wellandeo soll DER Anlaufpunkt für Gesundheit, Fitness, Wellness und Bodycare im Internet werden.

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

Rabatte und Gutscheine

Wie viele Mitarbeiter haben Sie zurzeit?

Zurzeit sind wir 7 Mitarbeiter, sind aber immer auf der Suche nach neuen kreativen, querdenkenden und motivierten Mitarbeitern.

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

Die Programmierung und das Design der Seite wurde an eine externe Firma abgegeben. Als Dienstleister für die Zahlungsabwicklung haben wir uns für die Firma Heidelpay entschieden.

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

Bisher hat zum Glück fast alles reibungslos geklappt, bis auf ein paar kleine technische Probleme, die aber schnell behoben werden konnten.

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

Die ersten regelmäßigen Umsätze sind schon relativ schnell nach dem Go-Live gekommen, womit man nicht so schnell rechnen konnte.

Warum haben Sie sich für die Trusted Shops Zertifizierung entschieden?

Um dem Käufer Vertrauen zu geben, dass er auf wellandeo.de absolut sicher shoppen kann und zur Not auch sein Geld zurück bekommt. Trusted ist aus unserer Sicht das bekannteste Siegel und gibt jedem Kunden sofort das Vertrauen, dass er es mit einer geprüften und seriösen Seite zu tun hat. Dadurch erhoffen wir uns natürlich auch eine höhere Conversion-Rate.

Welche Tipps haben Sie für andere Shopbetreiber?

Wichtig ist es vor dem Start eines Projektes einen klar strukturierten Marketingplan inkl. Budget auszuarbeiten und diesen dann auch konsequent mit zeitlicher Struktur umzusetzen.

Welche sozialen Medien zur Kundenkommunikation nutzen Sie?

Begonnen haben wir mit einem Blog, der auf unserer Homepage integriert ist. Hier informieren wir die Kunden kontinuierlich über neue Produkte und deren Funktionsweisen (inklusive Produkttests) sowie allgemein aktuelle Themen rund um den Healthstyle. Das schafft zusätzliches Vertrauen und Interesse.

Daraufhin haben wir uns dem Dschungel der Sozialen Netzwerke genähert, beginnend mit Facebook, twitter und Google+. Facebook ließ sich am einfachsten aufbauen - da kennt man sich durch das private Profil am Besten aus. Design, Hintergrund- und Profilbilder sowie die Kurzbeschreibung sind auf allen Netzwerken identisch, sodass der Wiedererkennungswert (welcher entscheidend ist) garantiert wird. Es ist sehr wichtig, dass man sich im Vorwege ausreichend darüber informiert, wann und wie auf den jeweiligen Netzwerken kommuniziert wird. Auch in der digitalen Welt gibt es eine „Rush Hour“, welche auch unter den Netzwerken variiert (Bsp.: Facebook 13-16 und 20-22 Uhr, twitter 13-15 Uhr). Manche Zielgruppen haben eigene „Rush Hour“ Zeiten, nach denen man sich richten muss. Während twitter nur Tweets bis zu 140 Zeichen erlaubt, welche eine „Call-to-Action“ beinhalten sollten, darf bei Google+ ausformuliert werden. Hier sind die Hashtags und die richtige Linksetzung entscheidend.

Wo informieren Sie sich zum Thema Online-Shopping?

Facebook, Blogs, Twitter, Google, Ecommerce und Startup Seiten im Internet