



Moderne Onlineshops: Wer nicht handelt, verliert

Viele Online-Kunden wünschen sich eine ansprechendere Gestaltung des Produktangebots und mehr Erlebnisorientierung.

Neun von zehn Internetnutzer kaufen online ein, fast die Hälfte sogar regelmäßig. Das zeigt eine aktuelle Studie zum Kaufverhalten von deutschen Onlinern. Ein Großteil der Online-Shopper legt besonders viel Wert auf eine ansprechende Gestaltung des Produktangebots. Doch wie begeistert man die Besucher eines Onlineshops?

Online-Geschäft PLUS stationärer Handel: Cross-Channel Commerce

Wer den digitalen Vertrieb heute nicht ernst nimmt, verschenkt eine Menge Potenzial und Umsatz. Das Problem? Viele Unternehmer fürchten sich immer noch vor einer Anpassung bestehender Handelsstrukturen. Eigentlich ist es ganz einfach: Wer On- und Offline-Kanäle weiterhin strikt trennt, verschenkt eine Menge Potenzial. Denn E-Commerce ist mittlerweile als Gesamtstrategie über mehrere analoge und digitale Kanäle zu verstehen. "Software und Kommunikation müssen die zersplitterte Zielgruppe über mehrere Medien hinweg erreichen und schlussendlich zu realen Verkäufen führen.", so Jan Zemma, Geschäftsführer der Internetagentur ACID21 aus Berlin. "Das ist keine leichte Aufgabe, aber eine enorme Chance für Unternehmen, die rechtzeitig und gekonnt reagieren und auf zeitgemäße User Experience setzen". Cross-Channel Commerce bedeutet die Verknüpfung aller Vertriebskanäle und Werbemedien, egal ob online oder offline. Und genau an solchen Strategien mangelt es momentan noch."

Produkte nach Kundenwunsch: Mass-Customization

Viele Webshops rüsten momentan auf, denn es gibt vielfältige Möglichkeiten, sich von der Konkurrenz abzuheben. Ob Türen und Schränke nach Maß, individuell gestaltete Grußkarten oder ansprechende Gravuren - mit personalisierten Produkten lassen sich Kundenwünsche punktgenau erfüllen. "Nutzer dieser Onlineshops können mittels Produktkonfiguratoren selbst kreativ werden und in die Produktentwicklung einsteigen. Immer mehr Onlineshops bieten dieses praktische Feature an", so Zemma weiter. Seine Internetagentur ist vor zwei Jahren von Münster nach Berlin aufgebrochen und hat sich seither erfolgreich auf Mass-Customization und Webshops mit Online-Konfiguratoren spezialisiert.

Mass-Customization kann man mit kundenindividueller Massenfertigung übersetzen. Der Vorteil liegt auf der Hand: Kunden können mittels spezieller Benutzeroberfläche spielend selbst gestalten, was sie kaufen wollen. Dank dieser sogenannten Konfiguratoren wird Einkaufen zum einmaligen Erlebnis. Und das ist genau das, was sich die Online-Shopper wünschen. Kombiniert mit ansprechendem Webdesign und guter Usability bekommt der User die ansprechende Produktpräsentation, die er sich wünscht. Und ist das gesuchte Produkt nicht dabei, dann erstellt er es eben selbst mit wenigen Klicks. ACID21-Geschäftsführer Zemma: "Wir sehen Mass-Customization-Tools in Kombination mit einer durchdachten Cross-Channel-Strategie als wichtigstes Werkzeug für mehr Umsatz im Netz. Wer sich jetzt damit beschäftigt, wird in Zukunft gewinnen."

Der Kampf um die Klick, User und geht weiter. Diejenigen Unternehmen, die die Wünsche der Internetnutzer ernst nehmen, sind bald am besten aufgestellt. Denn am Ende muss für den Kunden das digitale Gesamterlebnis - also die User-Experience - stimmen. Und das Ergebnis für den Händler. Online und offline.

Die Internetagentur ACID21 entwickelt seit 15 Jahren intelligente Software und Kommunikation für namhafte Kunden aller Größen und Branchen. Am 19. und 20. März informiert das junge Berliner Unternehmen auf der Internet World in München (wichtigste deutsche Fachmesse für E-Commerce) über die Top-Themen Social Commerce, Mass-Customization und Cross-Channel-Commerce.

Was braucht ein guter Onlineshop?

- Verknüpfung von Online und Offline für ein einheitliches Käuferlebnis über alle Kanäle hinweg
- Usability: Intuitive Benutzerführung, klares Webdesign
- Mehr als Standard: Produkte nach Maß, um sich vom Wettbewerb abzuheben
- Ansprechende Präsentation der Produkte (große Bilder, 360°-Ansichten, Videos)
- Social-Commerce- Features wie Kommentare, Bewertungen, Sharing- und Community-Funktionen
- Dialog statt Monolog: Zur Verbesserung der Kundenbindung und als Marktforschungsinstrument
- Kommunikation auf Augenhöhe mit den Kunden: Kundenservice und Kompetenz
- Convenience: Express-Versand, viele Zahlungsmöglichkeiten, Coupons, Angebote

Mehr zu professionellen Onlineshops am Puls der Zeit: <http://www.acid21.com>

Pressekontakt

ACID21 GmbH

Herr Stefan G. Meier
Friedrichstraße 186
10117 Berlin

acid21.com
stefan.meier@acid21.com

Firmenkontakt

ACID21 GmbH

Herr Jan Zemma
Friedrichstraße 186
10117 Berlin

acid21.com
info@acid21.com

Die Onlineshop-Agentur ACID21 entwickelt an den Standorten Berlin und Münster seit 15 Jahren intelligente Software und Kommunikation für namhafte Kunden aller Größen und Branchen. ACID21 ist die Internetagentur für flexible E-Commerce-Lösungen nach Maß und mehr Umsatz im Netz.