



**UNITED
E-COMMERCE**

Pressemitteilung

United E-Commerce präsentiert kostenfreies „Power-Kit“

Mehr Power für Ihren E-Commerce: 8 hilfreiche Tipps

Mainz, 12. Juni 2017 +++ Ein Patentrezept für den erfolgreichen Onlinehandel gibt es leider nicht. Jedes Unternehmen muss seinen eigenen Weg finden und die vielen strategischen Fragen rund um seinen E-Commerce individuell beantworten. Von der Automatisierung von Geschäftsabläufen und der Auswahl des geeigneten Shopsystems über die zielgruppenspezifische Positionierung und Beschreibung Ihrer Produkte bis hin zu effizienten Retourenprozessen: Damit Sie angesichts der vielen wichtigen Themen nicht den Überblick verlieren, hat United E-Commerce, ein agiles Netzwerk von Partnerunternehmen, acht Tipps für die erfolgreiche Umsetzung von E-Commerce-Projekten zusammengestellt:

1. Passen Sie Ihre Prozesse zielführend an.

Fragen Sie sich, ob Sie Ihr E-Commerce-Projekt an Ihre etablierten Geschäftsabläufe anpassen sollen. Oder profitieren Sie vielleicht stärker, wenn Sie bestehende Prozesse gezielt in Richtung eines Service-fokussierten Enterprise-Commerce weiterentwickeln? Je mehr Service Sie Ihren Kunden rund um den Bestellprozess bieten möchten, desto sinnvoller ist eine ganzheitliche Neuausrichtung aller Prozesse. In jedem Fall sollte die Vereinfachung der Interaktion zwischen Kunde und Unternehmen stets im Vordergrund stehen.

2. Sorgen Sie für Datensicherheit in Ihrem Shopsystem.

Die Cyberkriminalität ist im Vergleich zum Vorjahr erneut angestiegen. Daher ist es wichtiger denn je, dass Sie den Schutzbedarf Ihres Unternehmens ermitteln, bestehende Sicherheitslücken aufdecken und diese schließen. Erstellen Sie eine Sicherheitsanalyse, die Ihnen Antworten auf folgende Fragen liefert: Wie sicher sind Ihre Gebäude, Systeme und Anwendungen sowie Ihre Daten? Wie viel Zeit vergeht vom Moment der Entdeckung eines DDoS-Angriffs bis zum effektiven Schutz Ihres Onlineshops? Bei welchem Ausmaß einer Attacke greifen Ihre bestehenden Schutzmaßnahmen nicht mehr?

3. Wählen Sie ein geeignetes Shopsystem aus.

Auch bei der Auswahl des richtigen Shopsystems gibt es einiges zu beachten: Informieren Sie sich, welche urheberrechtlichen Lizenzen an der jeweiligen Software erworben werden müssen, ob und welche Lizenzkosten anfallen, wie zukunftsfähig die Software ist und welche Schnittstellen zu Systemen von Drittanbietern vorhanden

sind, z. B. zu Warenwirtschaft, Zahlungsabwicklung, Logistik, Kundenservice, Marketing-Tools oder auch Verkaufsplattformen wie Amazon und eBay.

4. Versenden Sie kundenspezifische, automatisierte Newsletter.

Gerade im Hinblick auf die Neukundengewinnung ist ein spezielles Lead-Management gefragt: Nutzen Sie dafür eine E-Mail-Marketing-Automation-Lösung mit einer Schnittstelle zum Shopsystem. So kann die Such- und Kaufhistorie eines Onlineshoppers für die Auswahl von Newsletter-Inhalten genutzt werden. Je umfassender ein solcher Datenaustausch zwischen Shop- und Marketingsystem erfolgt, desto individueller und passgenauer können Sie Ihre Informationen und Angebote auf die Interessen des Kunden zuschneiden – und Ihre Kunden profitieren von einem konsistenten Einkaufserlebnis.

5. Sorgen Sie für die Auffindbarkeit Ihrer Produkte durch Suchmaschinen.

Damit Ihre Produkte in Suchmaschinenergebnissen möglichst weit oben erscheinen, ist es essentiell, übersichtliche Artikellisten zu pflegen. Denn nur mit strukturierten elektronischen Daten stellen Sie sicher, dass ein Produkt in allen Onlineshops identisch dargestellt und von Suchmaschinen gefunden wird. Heutzutage ist das Datenhandling einfach und bequem umsetzbar. Es gibt dafür Standards, internetbasierte Werkzeuge zur Strukturierung von Daten sowie elektronische Analyse- und Suchprogramme. Entscheidend sind die effiziente Verwaltung und weboptimierte Aufbereitung von Produktdaten.

6. Definieren Sie Ranking-Regeln für die Produkthanzeige in Ihrem Onlineshop.

Der Kunde sollte stets die Produkte an oberster Stelle angezeigt bekommen, die sowohl zu seinen Vorlieben als auch zum Image und den Verkaufszielen des Onlineshops passen. Von einem Shop, der z. B. Qualitäts-Markenprodukte anbietet, erwartet ein Kunde in der Ergebnisliste seiner Suche vorrangig hochwertige Ware mit positiven Bewertungen. Ein Händler hingegen, der für seine Niedrigpreise geschätzt wird, gewichtet idealerweise seine günstigsten Artikel mit höchster Relevanz. Auf diese Weise erhöhen Sie Ihre Conversion, schärfen das Shopprofil und steigern den Abverkauf bestimmter Produkte.

7. Achten Sie auf zielgruppenspezifische Produktinformationen.

Jede Zielgruppe benötigt spezielle Produktinformationen. Daher ist es von Vorteil, wenn Sie auf entsprechende vorgefertigte Assets im Product Information Management, kurz: PIM-System, zurückgreifen können, die jeweils auf Ihre Zielgruppen und die Nutzerprofile zugeschnitten sind. Das beschleunigt nicht nur Ihren Content-Erstellungsprozess, sondern schont auch Ressourcen und ermöglicht Ihnen eine personalisierte Kommunikation. Zielgruppenspezifisch ausgerichtete, vollständig strukturierte Produktdaten erhöhen die Conversion, minimieren Warenkorb-Abbrüche und reduzieren Retouren.

8. Setzen Sie auf ein effizientes Debitorenmanagement.

Auch mit den besten Produktinformationen lassen sich Retouren nicht gänzlich vermeiden. Gestalten Sie Ihr Debitorenmanagement daher so effizient wie möglich. Dazu gehören reibungslose Kundentransaktionen und Zahlungsabläufe, eine schnelle Retourenbearbeitung und automatische, zahlungsartenübergreifende Gutschriften. Wenn Sie diese Prozesse optimieren, gehören Zahlungsausfälle der Vergangenheit an und Sie steigern die Kundenzufriedenheit erheblich.

Diese acht Tipps sind ein Auszug aus dem E-Book „United E-Commerce Power-Kit – So bleiben Sie fit im Online-Business“. Darin haben die Experten von United E-Commerce

nützliche Tipps zusammengestellt, um Sie für den Onlinehandel fit zu machen. Darüber hinaus bieten acht Power-Coupons exklusive Servicevorteile bei den jeweiligen Partnern, z. B. kostenfreie Shop-Checks und Gratis-Seminare. Das E-Book steht unter <http://www.united-ecommerce.de/ebooks> zum kostenfreien Download bereit.

Über United E-Commerce

Unter dem Dach von United E-Commerce e.V. kooperieren verschiedene auf E-Commerce-Dienstleistungen spezialisierte Unternehmen, um gemeinsam hochwertigen Full-Service-E-Commerce anzubieten. Als agiles Netzwerk von Partnerunternehmen bietet United E-Commerce ab sofort das gesamte Leistungsspektrum im E-Commerce – von Analytics bis Zertifizierung. Kunden profitieren dabei von der erprobten Kooperation der Partner miteinander und erhalten unkompliziert und passgenau an ihren Bedürfnissen orientierte Hilfe von Experten.

Partner von United E-Commerce sind GS1 Germany, netz98, die Omikron Data Quality GmbH (FACT-Finder), Payone, PlusServer, Resmedia – Anwälte für IT-IP-Medien, SC-Networks (Evalanche) und SDZeCOM. United E-Commerce arbeitet unter anderem über den Magento Enterprise Solutions Partner netz98 eng mit Magento zusammen.

Kontakt:

United E-Commerce e.V.

c/o netz98 GmbH

Daniel Hölzer

Hattenbergstr. 10

D-55122 Mainz

Tel: +49 (0)6131-90798-98

Fax: +49 (0)6131-90798-99

E-Mail: presse@united-ecommerce.de

Internet: www.united-ecommerce.de

Möller Horcher Public Relations GmbH

Niederlassung Freiberg

Sandy Wilzek

Heubnerstr. 1

D-09599 Freiberg

Tel: +49 (0)3731-2070-910

Fax: +49 (0)3731-2070-929

E-Mail: sandy.wilzek@moeller-horcher.de

Internet: www.moeller-horcher.de