

Stephan Grad, Amazing E-Commerce

E-Commerce ist mehr als ein Shopping Frontend

Das Wichtigste im Überblick:

- ✓ #1 - Kundenorientierung als Kernwert deines Unternehmens
- ✓ #2 - Positive Emotionen binden Kund:innen an Marken
- ✓ #3 - Keep it simple - für deine Kund:innen als auch für Dich
- ✓ #4 - Kenne deine Tools
- ✓ #5 - Saubere Daten > viele Daten

1. Kundenorientierung als Kernwert deines Unternehmens

Kundenorientierung sollte der Kernwert jedes E-Commerce-Unternehmens sein, weil sie den Grundstein für dauerhaften Erfolg legt. Im digitalen Zeitalter, in dem Verbraucher:innen eine nahezu unbegrenzte Auswahl an Produkten und Dienstleistungen zur Verfügung haben, kann die Fokussierung auf den Kunden den entscheidenden Unterschied ausmachen.

Eine starke Kundenorientierung bedeutet, dass Du die Bedürfnisse und Wünsche deiner Kund:innen in den Mittelpunkt aller Geschäftsentscheidungen stellst. Du nimmst Dir die Zeit, um deine Kund:innen wirklich zu verstehen und entwickelst Produkte und Dienstleistungen, die ihren Bedürfnissen gerecht werden.

Darüber hinaus geht Kundenorientierung auch Hand in Hand mit hervorragendem Kundenservice. Indem Du den Kundenservice priorisierst, zeigst Du deinen Kund:innen, dass Du ihre Zufriedenheit ernst nimmst und bereit bist, den zusätzlichen Schritt zu gehen, um ihre Erwartungen zu erfüllen oder sogar zu übertreffen.

Letztendlich kann eine starke Kundenorientierung dazu beitragen, dass dein Unternehmen aus der Masse heraussticht, die Loyalität deiner bestehenden Kund:innen stärkt und langfristig deinen Erfolg sichert. Denn zufriedene Kund:innen sind treue Kund:innen - und treue Kund:innen sind die besten Botschafter:innen deiner Marke.

Zusammenfassung:

- Kundenorientierung fördert Kundenloyalität und baut langfristige Beziehungen auf.
- Sie verbessert die Qualität der Produkte und Dienstleistungen, indem sie auf die Bedürfnisse deiner Kund:innen eingeht.
- Eine starke Kundenorientierung hebt dein Unternehmen von der Konkurrenz ab.

2. Positive Emotionen binden Kund:innen an Marken

Für E-Commerce-Unternehmen ist es unerlässlich, dass ihre Marke positiv wahrgenommen wird. Eine positive Markenwahrnehmung geht über die Qualität der Produkte hinaus. Es bedeutet auch, dass Du dich um Deine Kund:innen, die Umwelt und die Zukunft kümmerst.

Die heutigen Verbraucher:innen sind bewusst und informiert. Sie schätzen Marken, die ethische Geschäftspraktiken einsetzen und sich für soziale und ökologische Nachhaltigkeit einsetzen. Eine positive Marke schafft Vertrauen und Glaubwürdigkeit bei den Kund:innen. Sie zeigt, dass Du nicht nur den Verkauf im Auge hast, sondern dass Du auch die Welt um Dich herum berücksichtigst.

Nachhaltigkeit und Zukunftsfähigkeit sind wichtig - Kund:innen schätzen Marken, die sich aktiv für den Umweltschutz einsetzen und Lösungen für zukünftige Herausforderungen suchen. Dies zeigt, dass Du dich um die Welt von morgen sorgst und dass Dein Unternehmen auf lange Sicht erfolgreich sein wird.

Zusammenfassung:

- Setze ethische Geschäftspraktiken ein und zeige, dass Du Dich um Deine Kund:innen kümmerst.
- Engagiere Dich für soziale und ökologische Nachhaltigkeit.
- Beweise Deine Zukunftsfähigkeit durch aktive Umweltschutzmaßnahmen und Lösungen für zukünftige Herausforderungen.

3. Keep it simple

Als Onlinehändler:in kennst Du das Gefühl - die Komplexität des Alltags kann überwältigend sein. Aber eine der wichtigsten Regeln im E-Commerce ist "Keep it simple". Einfachheit ist der Schlüssel zur Produktivität und zum Kundenerlebnis.

Einfache Systeme und Prozesse erleichtern Dir den Alltag. Sie reduzieren Fehler, beschleunigen die Arbeit und lassen dich effizienter arbeiten. Je mehr Systeme und Prozesse Du hast, desto unproduktiver wirst Du sein. Daher ist es entscheidend, dein Setup so einfach wie möglich zu gestalten.

Das Gleiche gilt für deine Kund:innen. Je einfacher ihre Interaktion mit deiner Marke möglich ist, desto besser ist ihr Kundenerlebnis. Eine benutzerfreundliche Website, ein einfacher Bestellprozess und klar kommunizierte Informationen machen es für deine Kund:innen leicht, bei Dir einzukaufen.

Zusammenfassung:

- Halte dein System-Setup so einfach wie möglich, um effizienter zu arbeiten.
- Gestalte den Bestell- und Interaktionsprozess für deine Kund:innen einfach und benutzerfreundlich.
- Kommuniziere klar und verständlich, um Missverständnisse zu vermeiden und das Kundenerlebnis zu verbessern.

4. Kenne deine Tools

Es ist kein Geheimnis, dass die digitale Welt voller Werkzeuge ist. Doch eine von uns kürzlich durchgeführte Studie hat gezeigt, dass nur 37% aller Features vorhandener Systeme in der E-Commerce und digitalen Branche genutzt werden. Anstatt sich mit ihren bestehenden Tools vertraut zu machen, ziehen viele Unternehmen es vor, neue, "moderne" Systeme einzuführen. Aber das ist nicht immer unbedingt der beste Weg.

Es ist wichtig, dass Du deine Tools kennst. Bevor Du dich für ein neues System entscheidest, das nur ein oder zwei spezielle Anwendungsfälle erfüllt, solltest Du dich fragen: schöpfe ich die Fähigkeiten meiner bestehenden Tools wirklich voll aus?

Investiere Zeit in die Schulung und Weiterbildung deines Teams. Verstehe die Funktionen und Möglichkeiten deiner aktuellen Tools. Du wirst überrascht sein, wie viel Produktivität und Effizienz Du durch die vollständige Nutzung deiner vorhandenen Systeme erreichen kannst.

Zusammenfassung:

- Nutze die volle Bandbreite der Funktionen deiner vorhandenen Tools.
- Investiere in Aus- und Weiterbildung, um dein bestehendes Tool-Setup besser zu verstehen.
- Bevor Du neue Tools einführest, frage dich, ob Du die Möglichkeiten Deiner aktuellen Tools schon voll ausschöpfst.

5. Saubere Daten > viele Daten

In der heutigen digitalen Welt hören wir oft den Satz "Daten sind das neue Gold". Während Daten zweifellos wertvoll sind, ist es wichtig zu erkennen, dass nicht alle Daten gleich sind. Gute und saubere Daten sind wesentlich wichtiger als einfach nur viele Daten zu sammeln.

Unsaubere oder fehlerhafte Daten können zu falschen Schlussfolgerungen und Entscheidungen führen, die deinem Unternehmen schaden können. Daher ist es entscheidend, dass Du dich auf die Qualität der Daten konzentrierst, die Du sammelst und verwendest und nicht auf die Quantität.

Sauberkeit und Genauigkeit der Daten sind für die Datenanalyse, Kundenbeziehungen und betriebliche Effizienz unerlässlich. Sie ermöglichen es Dir, klare und genaue Einblicke zu gewinnen und fundierte Entscheidungen zu treffen.

Zusammenfassung:

- Führe regelmäßige Datenprüfungen durch, um Fehler und Inkonsistenzen zu identifizieren und zu beheben.
- Verwende Datenmanagement-Tools und -praktiken, um die Qualität und Sauberkeit Deiner Daten sicherzustellen.
- Schule deine Teams in Bezug auf die Wichtigkeit sauberer Daten und wie sie erreicht werden können.

Checkliste

1. Kundenorientierung:
Behalte stets die Bedürfnisse deiner Kund:innen im Auge und strebe danach, diese zu erfüllen oder zu übertreffen.
2. Einfachheit bewahren:
Gestalte deine Prozesse und Systeme so einfach und benutzerfreundlich wie möglich - sowohl für dich als auch für deine Kund:innen.
3. Kenne Deine Tools:
Nutze die volle Bandbreite der Funktionen deiner bestehenden Tools und investiere in Aus- und Weiterbildung, um dein Tool-Setup zu verstehen.
4. Positive Markenwahrnehmung:
Setze ethische Geschäftspraktiken ein, engagiere dich für Nachhaltigkeit und zeige, dass Du dich um Deine Kund:innen und die Zukunft kümmerst.
5. Gute Daten über viele Daten:
Konzentriere dich auf die Qualität und Sauberkeit deiner Daten, anstatt einfach nur viele Daten zu sammeln.
6. Datenprüfung und -management:
Führe regelmäßige Datenprüfungen durch und nutze Datenmanagement-Tools, um die Sauberkeit deiner Daten sicherzustellen.

Für den Inhalt dieses Dokuments ist allein der jeweilige Experte verantwortlich.
Bei Fragen und Anregungen wenden Sie sich bitte direkt an diesen.