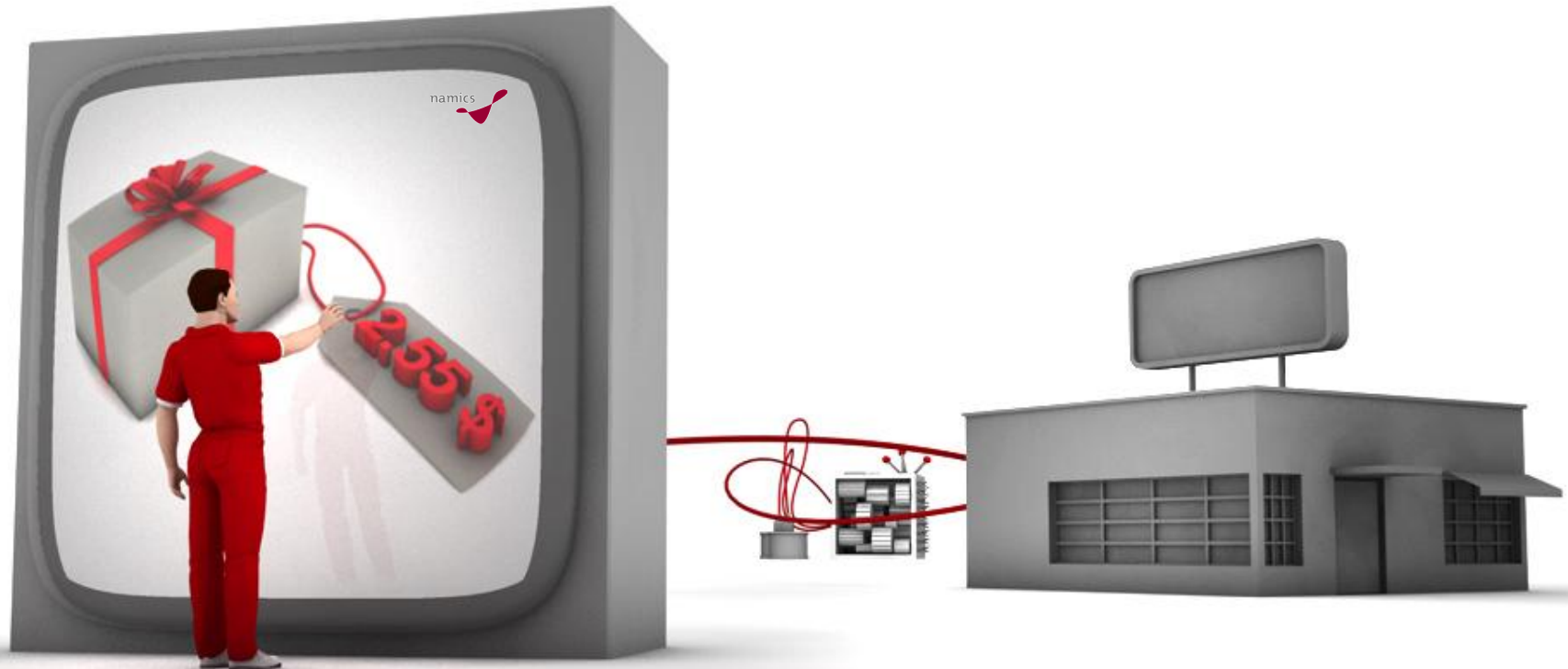


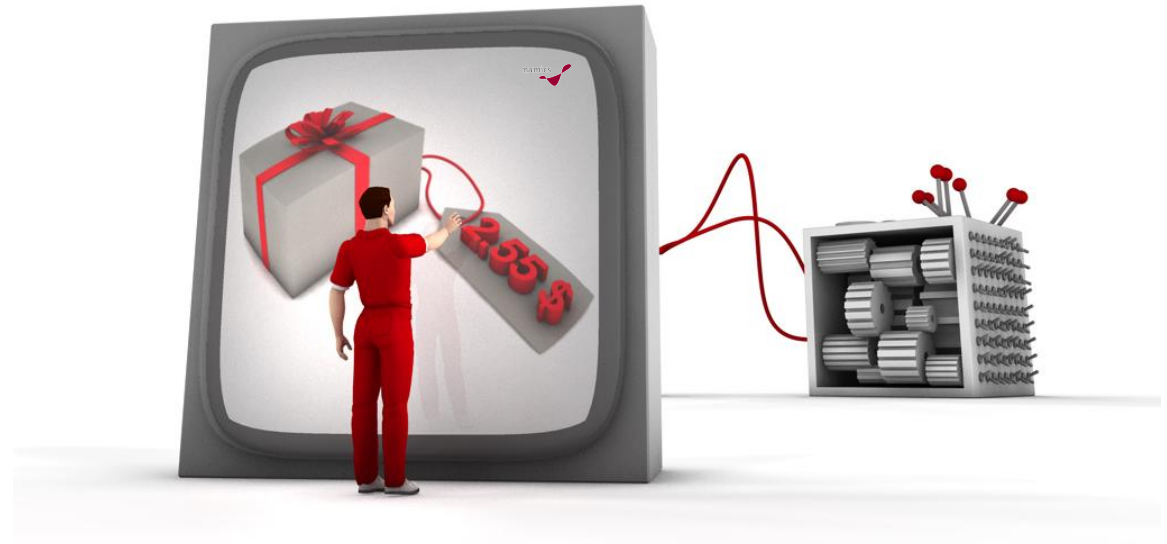
E-Commerce als neuen Vertriebskanal?



31. März 2009

Heinz Krienbühl, Senior Consultant, namics ag

Agenda



- Warum soll der online Kanal erschlossen werden?
- Wie soll der online Kanal erschlossen werden?
- Warum ist der Zeitpunkt gerade jetzt richtig?
- Vorgehensweise für den nachhaltigen Erfolg
- Tipps & Tricks
- Fragen & Antworten

Warum soll der online Kanal erschlossen werden?



- Veränderung des Marktes
- Einkaufsverhalten (Multi Channel Sales)
- E-Commerce, eine Erfolgs-Story

Veränderung des Marktes

» Traditioneller Markt

- Informationsknappheit
- Beschaffung von Information als kritischer Faktor
- Statische Preisfindung

» Heutige Märkte

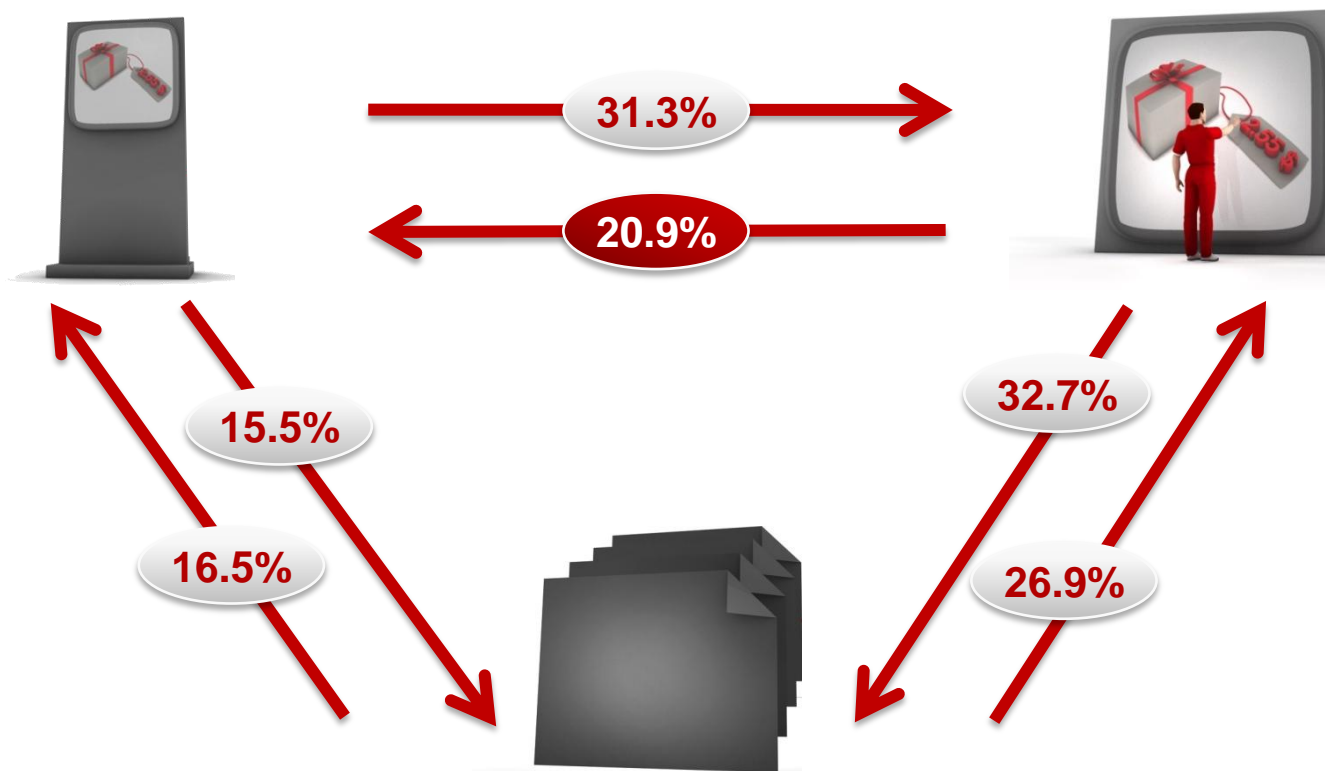
- Informationsüberfluss
- Bewertung von Informationen als kritischer Faktor
- Dynamische Preisfindung

» Fazit, der Erfolg läuft vielfach über den Preis!

- Die Kundenbindung wird schwieriger

Multi Channel Sales

- » 50% der Unternehmen (Konsumgüter) setzten drei oder mehr Kanäle ein
- » Jeder **fünfte** Kauf im Laden beginnt im Online-Shop



Immer mehr Schweizer shoppen online!

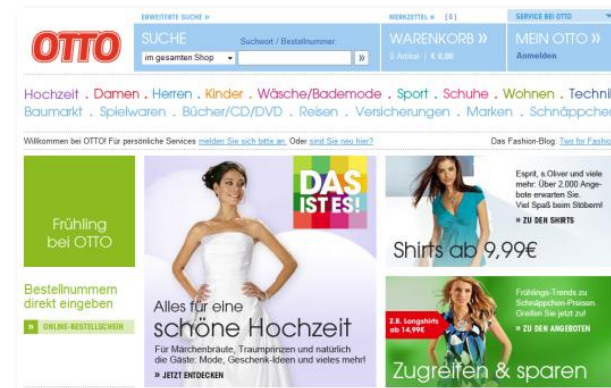
- » 95% der Schweizer Online Bevölkerung hat bereits einmal online eingekauft
- » 38% Steigerung des Online-Umsatzes
 - 2008: 5,87 Milliarden Franken
 - 2006: 4,24 Milliarden Franken
- » Starke Nachfrage
 - Ferienreisen (Plus 9,6%)
 - Flugbuchungen (Plus 7,6%)
- » Aber auch für schwächer nachgefragte Produkte
 - Z.B. Lebensmittel erwerben bereits fast 100'000 Schweizer Konsumenten am liebsten online

Deutsche Versandhändler in der Schweiz im E-Commerce Fieber

- » Neckermann (Schweiz)
 - druckt keine Kataloge mehr

- » Otto
 - Jeder zweite Euro im E-Commerce erzielt
 - Legte online um 38% zu

- » Quelle
 - 2008 Zuwachs von 22%
 - Printkataloge mit Teilsortiment und Verweis auf Online
 - Gewinnt mehr als die Hälfte der Neukunden über das Web



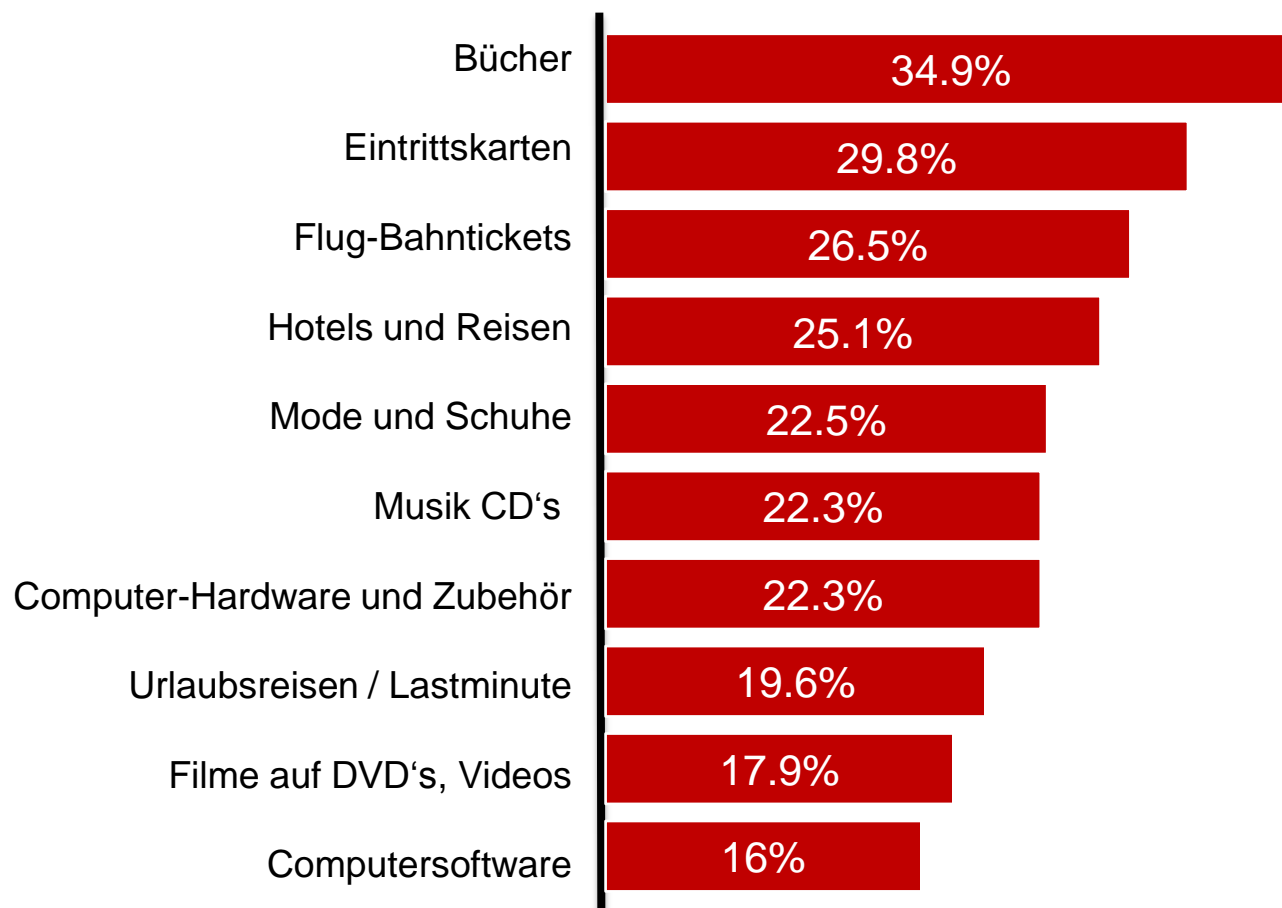
Quelle: <http://blog.internet-briefing.ch>

LeShop.ch: Rekordjahr 2008 und positiver Jahresausblick

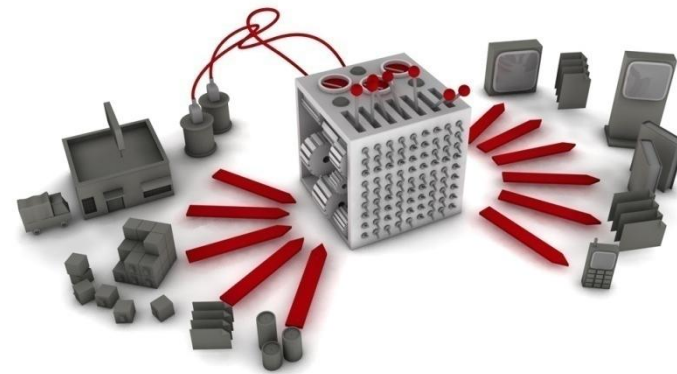
- » Rekordumsatz 112 Mio. Franken
- » Seigerung um 22%
- » Durchschnittlicher Bestellwert
 - LeShop: 224 Franken (+ 5%)
 - Supermarkt: 38 Franken
- » Geschätztes Marktpotential Lebensmittel
 - 500 Mio. Franken
 - Aktuell werden 170 Mio. Franken umgesetzt



Was wird online am meisten verkauft?



Wie soll der online Kanal erschlossen werden?



- „PIM drives E-Commerce“
- Workflow eines E-Commerce Projektes

Product Information Management

Netbook 10"

Asus EeePC 1000H, 10" Netbook, 160GB HDD, Schwarz, CH



Würden Sie
hier einkaufen?

CHF 539.-

Zum Warenkorb hinzufügen



Product Information Management

Asus EeePC 1000H, 10" Netbook, 160GB HDD, Schwarz, CH ?

▼ Bilder ▸ Details ▸ Zubehör ▸ Bewertungen



Preis: **CHF 539.-** Bewertung: ★★★★★ ? Verfügbarkeit: ■ ■ ■ ■ ■

[Produkt vergleichen](#) [In den Warenkorb](#)

[Produktübersicht drucken](#) [Zurück](#)

Preisänderungen und Fehler vorbehalten. Bilder können vom Originalprodukt abweichen. Alle Preise inklusive SWICO bzw. SUIISA Gebühren.

Asus EeePC 1000H, 10" Netbook, 160GB HDD, Schwarz, CH ?

▸ Bilder ▼ Details ▸ Zubehör ▸ Bewertungen

Artikelnummer: 159056
 Marke: Asus
 Kategorie: [Notebook](#)
 Bezeichnung: Asus EeePC 1000H, 10" Netbook, 160GB HDD, Schwarz, CH
 Preis: **CHF 539.-**
 Herstellergarantie: Pick-Up 24 Monate (ohne Gewähr)
[weitere Informationen zur Garantie](#)

Postversand: >10 Stück versandbereit
 Zürich: >10 Stück abholbereit
 Kleindöttingen: >10 Stück abholbereit
 Winterthur: 5 Stück abholbereit
 Dietikon: 3 Stück abholbereit
[weitere Informationen zur Verfügbarkeit](#)

Beschreibung: 10.2" Asus EeePC mit über 7 h Akkulaufzeit! (offizielle Schweizer-Version)
 Prozessor: Intel Atom Diamondville N270 (1.6GHz), FSB 533, 512KB L2 Cache
 Display: 10.2" TFT, matt
 Auflösung: WSVGA (1024 x 600)
 Arbeitsspeicher: 1GB DDR2 (bis zu 2GB)
 Harddisk: 160GB S-ATA
 Grafik-Adapter: Intel GMA 950
 Optical Drive: kein optisches Laufwerk
 Netzwerk: Wireless LAN 802.11n, 10/100 Mbit/s Ethernet LAN, Bluetooth
 Sound: on board
 Anschlüsse: 3x USB2.0, 1x VGA Out, 1x Line In (Mikrofon in), 1x Line Out (Kopfhörer), RJ-45
 Kartenleser: MMC, SD, SDHC
 Besonderheiten: Web-/Videokamera (1.3 Megapixel)
 Betriebssystem: Windows XP Home D/F/I
 Akku: 6 Zellen Li-Ion Akku, bis zu 7 Stunden Laufzeit
 Masse: 26.5 x 17.0 x 4.0cm
 Gewicht: 1.44kg
 Lieferumfang: Neoprentasche, AC-Adapter

Herstellerlink: [Asus Homepage](#)
 Teste Benotung: [Note 5.6](#)

Product Information Management

- » Datenqualität reicht oft nicht aus um die Output Kanäle bedienen zu können
- » Daten werden aggregiert (aus verschiedenen Input-Kanälen wie ERP / MAM / Excel Files usw.)
- » Daten werden durch verschiedene Personen/Rollen angereichert und publiziert

Product Information Management

» Zentrale Verwaltung von Produkte Daten

- Produktinformationen – die Basis des unternehmerischen Erfolges – liegen in einem Unternehmen häufig nicht zentral gebündelt vor, sondern sind verstreut über viele Mitarbeiter und Abteilungen.
- Als Produktinformationen werden alle Produktbeschreibungen in unterschiedlichen Sprachen / Preise / Rabatte / technische Attribute und vor allem Produktbeziehungen bezeichnet.

Produktbeziehungen bestehen zu anderen Produkten, Zubehör oder Ersatzteilen, aber insbesondere auch Media Assets (Bilder & Dokumente)

E-Commerce Workflow



Vorstudie / Strategie

- Lohnt sich ein Shop?
- Interne Prozesse
- Chancen / Risiken
- Umsysteme

Evaluation

- Produktdaten
- PIM
- Shopsoftware
- Schnittstellen

PIM / Shop Systembau

- Aufbau des PIM
- Aufbau Shop
- Testing
- Installation / Schulung

Erfolgsmessung

- Aufbau, Betrieb vom Analyse Tool
- Schulung

Vermarktung

- Suchmaschinenoptimierung
- online Marketing / Kampagnen
- Newsletter
- AdWords
- Umsatzsteigerung

Das Ziel ist nicht (nur) der Shop, sondern eine intensive Evaluation, die Gewinnsteigerung mit dem neuen Absatzkanal und dessen stetige Erfolgsmessung und Verbesserung.

Warum ist der Zeitpunkt gerade jetzt richtig? Oder vielleicht falsch!



- Sind Sie bereit für E-Commerce?
- Der perfekte online Shop!
- Standardlösung / Open Source / Individuallösung

Sind Sie bereit für e-Commerce?

» Bestehende Prozesse werden z.T. komplett verändert

- Lagerverwaltung
 - Lieferung innert 24h wird erwartet
 - Verfügbarkeit sollte publiziert werden können
- Versand
 - Verschiedene Versandarten (Post / DPD / Abholung)
- Support / Hilfe / Multichannel
 - Auskunft über Lieferung / Produktdetails per Mail oder Telefon
- RMA
 - Retoursendungen von Artikeln
- Preistransparenz
 - Preise werden verglichen (Preisportale)
 - Aggressive Preispolitik (Preise im online Shop und Ladenlokal)
- Zahlungsarten
 - Kreditkarten
 - Rechnung
 - Nachnahme / Lastschrift / Vorkasse / PayPal usw.

Wie schafft man Vertrauen?



Marketing



Standardsoftware

Vorteile

- » Standardisierte Prozesse
- » PIM
- » Integration in interne IT

Nachteile

- » Hohe Lizenzkosten
- » Flexibilität



Open Source Software

Vorteile

- » Keine Lizenzkosten
- » Standardshop ist schnell realisiert
- » Günstige Hostings
- » Viele Features als Standard vorhanden

Nachteile

- » Kein Support
- » Costumizing sehr aufwendig
- » Individualität fehlt meistens



Individual Lösung

- » Für die **Eigenentwicklung** eines Shops sind in der Regel umfassende programmiertechnische Kenntnisse notwendig. Falls das Know-how nicht im eigenen Unternehmen vorhanden ist, muss es bei Dritten zugekauft werden.
- » **Vorteil:** Die Anwendung ist auf Ihre individuellen Bedürfnisse zugeschnitten.
- » **Nachteil:** Häufig sind die Lösungen softwaretechnisch nicht so ausgereift wie gekaufte und bewährte Shop-Software. Support, Pflege und Wartung sind zudem in der Regel aufwendiger und auf lange Sicht häufig auch teurer.

Vorgehensweise für den nachhaltigen Erfolg



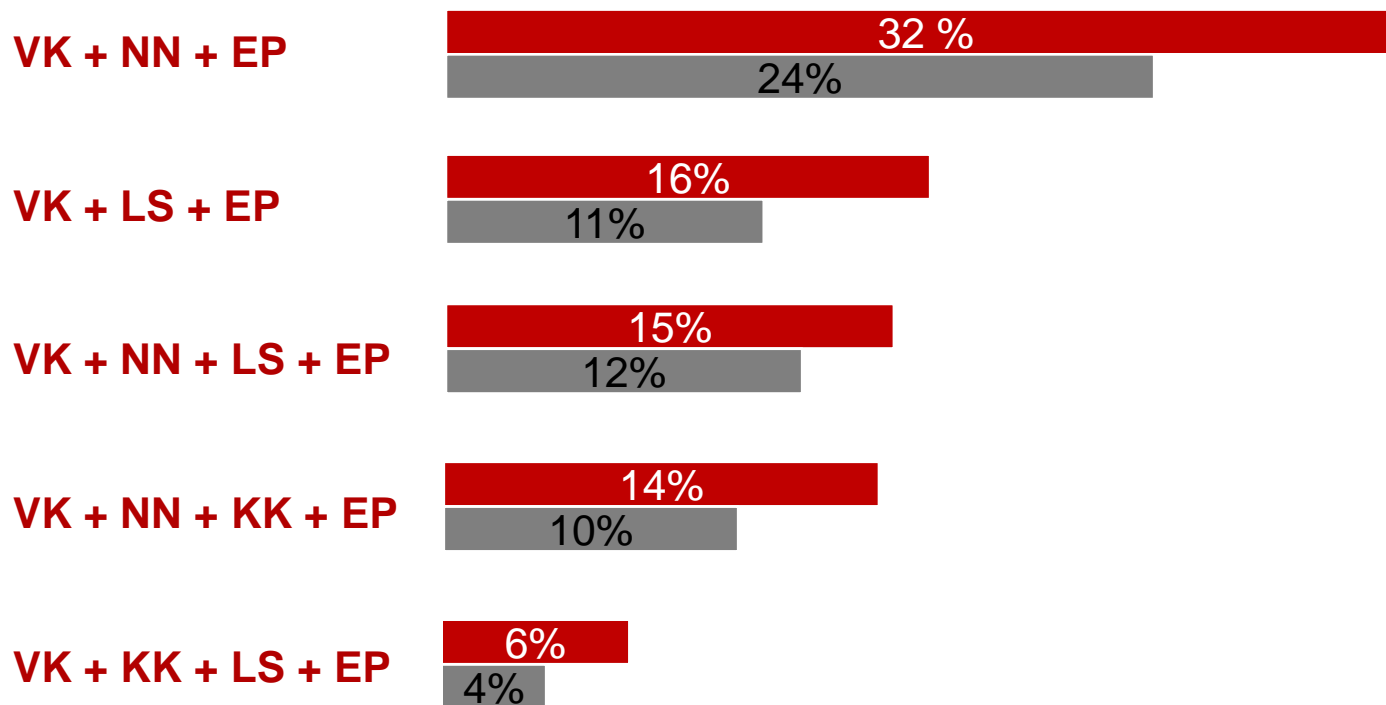
- Was erwartet der online Kunde?
- Der Shop ist online, was nun?
- Erfolgsmessung

Was erwartet der Kunde?



Details Zahlungsmethoden

» Kaufabbruchquoten für unterschiedliche Zahlungsmethoden



■ Abbruchquote ohne Gütesiegel
■ Abbruchquote mit Gütesiegel



Quelle: ibi research 2008

SEO / SEM / AdWords

- » SEO
 - Suchmaschinen Optimierung

- » SEM
 - Suchmaschinen Marketing

- » AdWords
 - Werbekampagnen z.B. auf Google

Erfolgsmessung

- » Man unterscheidet grundsätzlich zwischen der Erfolgsmessung serverbasiert (Logfile Auswertung) sowie clientbasiert (Code in Website)
- » Die clientseitige Messung hat sich etabliert, die Vorteile sind die genauere Auswertung (Proxy, Cache usw.) sowie die Möglichkeit von ASP Lösungen
- » Erfolgsmessung mit kostenloser Software bspw. Google
 - Google Analytics versus zahlungspflichtige Anbieter
 - Abgabe der Daten / Kundenverhalten / Umsatz an Rechenzentrum USA
 - Genauigkeit der Daten
 - Support
 - Vergleichbarkeit mit Mitbewerber

Konkretisieren der globalen Ziele in Subziele



Online Aktivitäten ableiten – Messbare Größen bestimmen



Conversion / Trichter

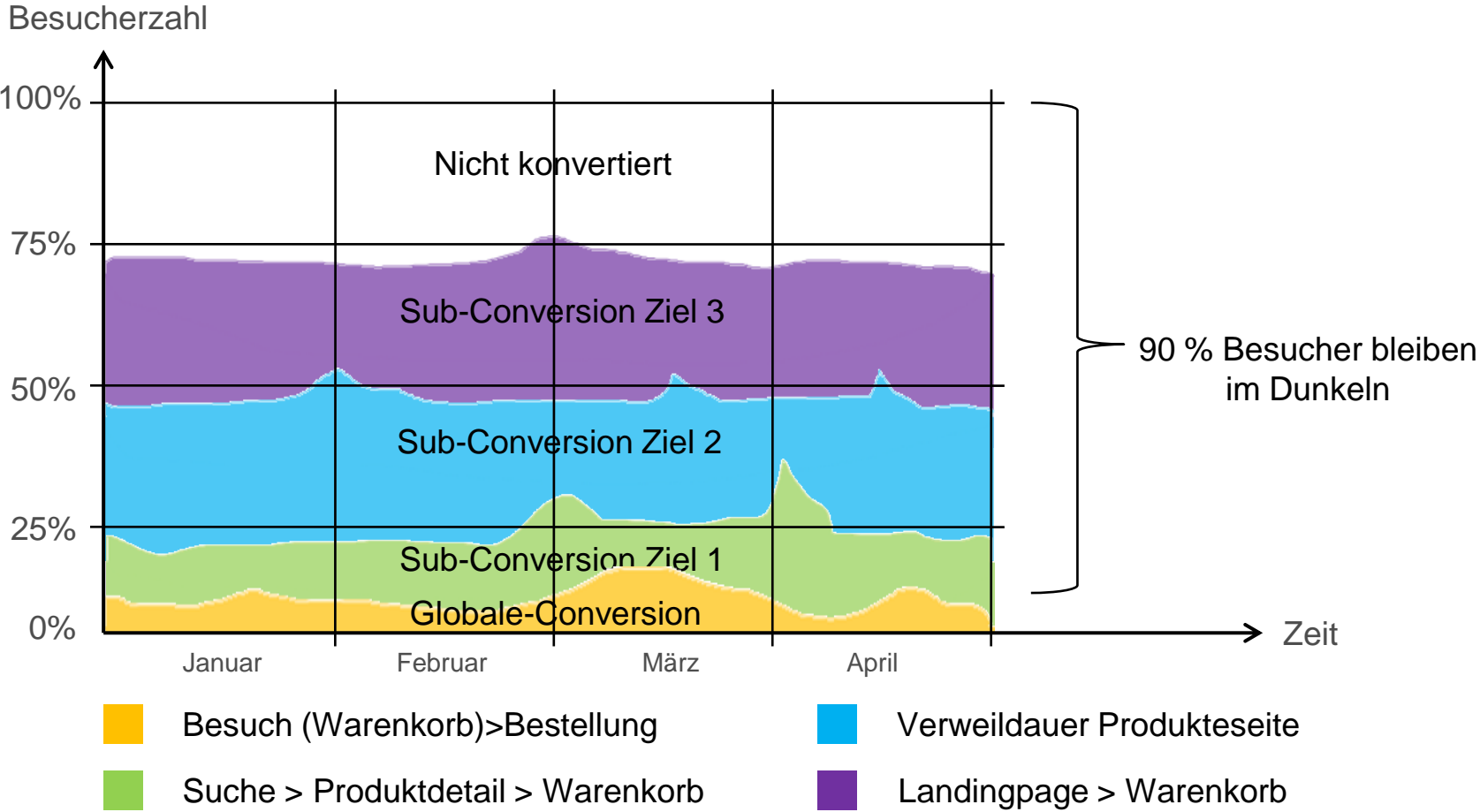
- » Eine Conversion ist wörtlich eine Umwandlung. Konkret geht es um die Umwandlung eines normalen Besuchers in einen Besucher der sich so verhält wie dies der Website Betreiber möchte.



100 Besucher legen Artikel in Warenkorb >> 20 Bestellungen



Conversion bei Einbezug von mehreren Zielen



Tipps & Tricks



- Usability
- Warenkorb Workflow
- 10 Fehler bei E-Commerce

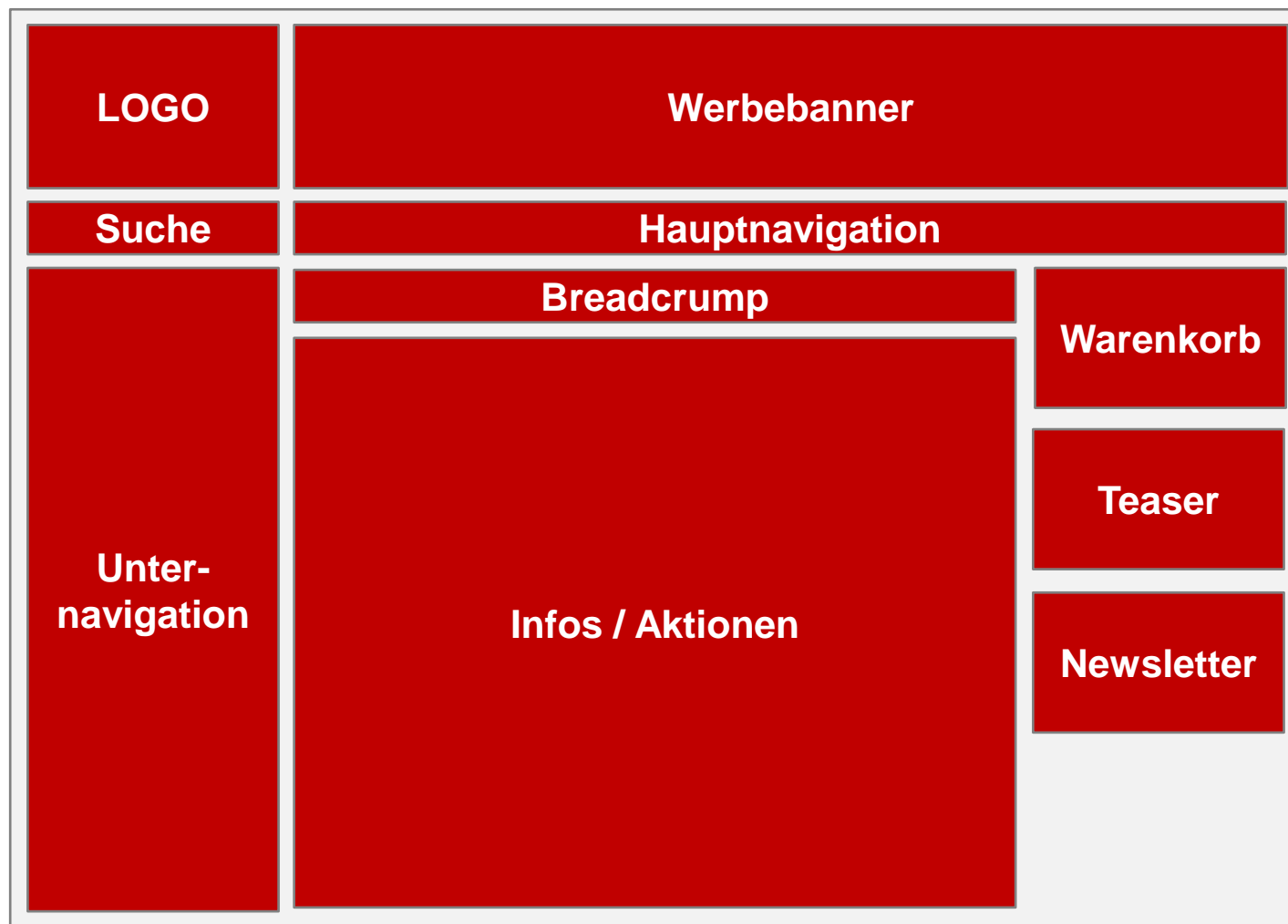
Usability

- » Usability (Benutzerfreundlichkeit / Benutzbarkeit) heisst etwas zu gestalten was eine Person mit durchschnittlicher Erfahrung einfach bedienen kann.

Ein online Shop ist benutzerfreundlich wenn:

- es Spass macht einzukaufen
- Produkte schnell gefunden werden
- Hintergrundinformationen schnell auffindbar sind (AGB usw.)
- der Kaufabschluss effizient abgewickelt werden kann
- Man immer weiss wo man sich im Shop befindet (BreadCrumb)

Wie sehen Sie Usability?





Checkout Prozess

Klare Bezeichnung aller Schritte (klickbar)

Bezeichnung Aktueller Schritt im Workflow

Warenkorb Inhalt ist in jedem Schritt sichtbar.

Jeder Schritt wird detailliert beschrieben. Rechtliche Hinweise, nächste Schritte usw.

Schritt 1
Schritt 2
Schritt 3
Schritt 4

Art. Nr.	Bezeichnung	Pre		
313236	Peach Tintenpatrone foto schwarz kompatibel zu Canon CLI-8bk, 06208001	9.00	(inkl. MwSt)	
313234	Peach Tintenpatrone schwarz kompatibel zu Canon PGI-5bk, 06288001	2.90 CHF	(inkl. MwSt)	2 Stk.
Warenwert		31.40 CHF		
Versandkostenanteil		7.50 CHF		
Rechnungsbetrag		38.90 CHF		
Davon Mwst.		2.75 CHF		

Sie haben 38.00 CHF (54.8 %) gespart

Rechnungs- Lieferadresse

abbrechen
zurück
vorwärts

Schritt 1
 Sie sind noch Drei Schritte Vom Abschluss entfernt.

Wenn Sie schon Kunde Sind, benutzen Sie das Login, ansonsten geben Sie ihre komplette Adresse für den Versand und die Rechnungsstellung an.

Die Kundendaten werden vertraulich behandelt und nicht an Dritte weitergegeben. Ein Newsletter Versand wird nur auf Ihren Wunsch durchgeführt.

Im nächsten Schritt wählen Sie die Versand- und Zahlungsart aus.

In jedem Schritt kann navigiert werden.

Checkout Prozess

- » Wenn jeder Schritt im Prozess klar beschrieben ist, der Kunde intuitiv durch die Schritte gelangt und er sich in jedem Schritt sicher fühlt, ist es egal wie viele Schritte zum Ziel führen.
- » Die Informationen, die abgegeben bzw. benötigt werden, sind immer die gleichen.
 - Warenkorb Ansicht
 - Rechnungs- / Lieferadresse
 - Versandart / Zahlungsart
 - Letzter Check > Abschluss
 - Ausnahme „one click payment“ zb. iTunes
- » In der Praxis hat sich die genaue Deklaration der Schritte bewährt (siehe oswald.ch)

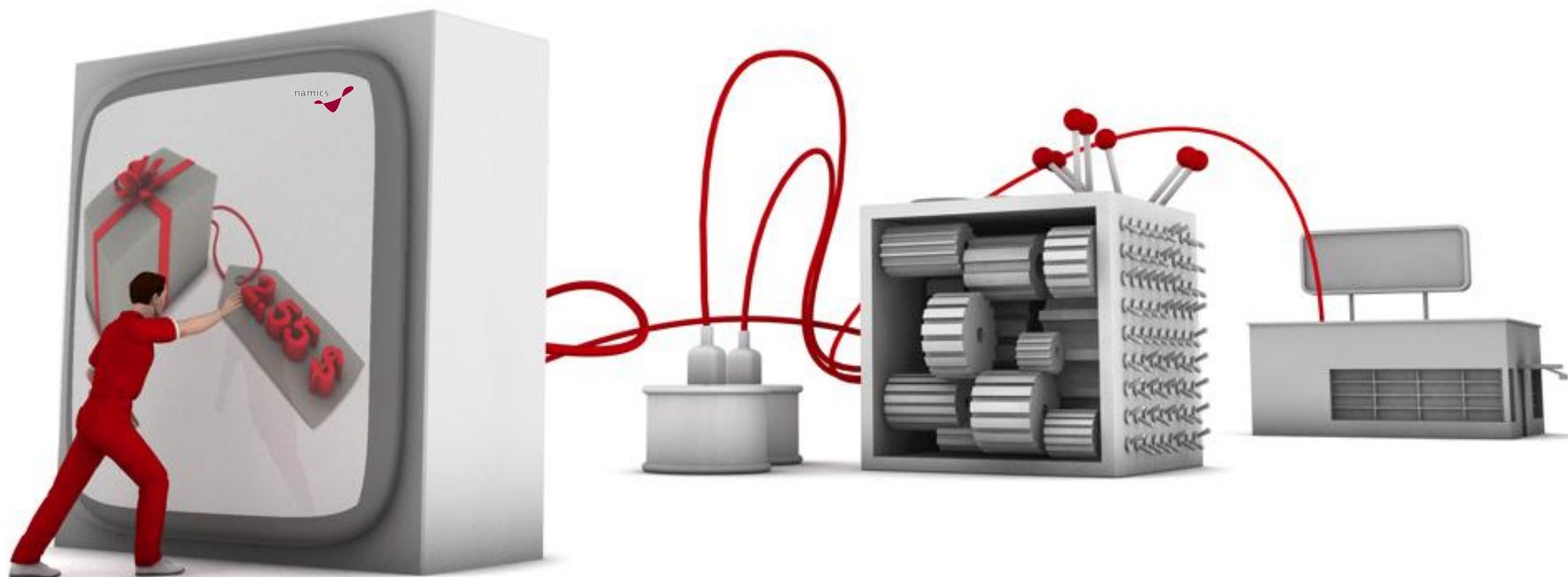
10 Fehler bei e-Commerce

1. Unklare bzw. nicht ausführliche Produktbezeichnungen
2. Produktvergleichbarkeit / verwandte Produkte fehlen
3. Schlechte oder keine Produktbilder
4. Fehlende Informationen über Versandarten- Kosten
5. Falsche Angabe der Artikelverfügbarkeit
6. Fehlende Sicherheitshinweise / Zertifikate
7. Datenschutzhinweise / AGB / sind nicht vorhanden oder schlecht auffindbar
8. Warenkorbinhalt schlecht einsehbar (Usability)
9. Warenkorb Workflow unklar
10. Unklare Versand/Zahlungsinformationen

Fragen & Antworten



Besten Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



heinz.krienbuehl@namics.com