

ONLINESHOP GEFÄLLIG?

Damit Onlineshopper die besten Angebote bekommen, brauchen Sie die beste E-Commerce Lösung.

8 Kriterien für eine erfolgreiche Onlineshop Auswahl.

Fleischig oder fettig?
Süß oder klebrig?
Fruchtig oder aromatisiert?

Ihr Online Shopsystem muss einige Kriterien erfüllen – aber welche?
Erfahren Sie hier:

- Worauf Sie achten müssen, wenn Sie ein E-Commerce System auswählen.
- Wie Sie erfolgreich das Shopsystem implementieren.



Um im schnellen Onlinehandel auf Augenhöhe mitspielen zu können, braucht es einen routinierten Umgang mit Daten und Prozessen. Ein perfekt passendes E-Commerce System, also ein Onlineshop- oder Multishopsystem mit intelligenten Back- und Frontendfunktionen, ist dafür die notwendige Voraussetzung.



Sie erwarten vom Shopsystem:

Effizienz, Prozesstransparenz, schneller Datenzugriff und eine durchgehende Digitalisierung ermöglichen kurze Durchlaufzeiten, verlässliche Verkaufskalkulationen, Kostenkalkulation, Lagerbestandskontrollen und reaktionsschnelle Bearbeitung von Rücksendungen.

Nun sind nicht alle Shoplösungen und E-Commerce Angebote gleich. Ein spezialisierter Onlineshop hat andere Anforderungen als ein Vollsortimentler. Außerdem müssen branchenspezifische rechtliche Anforderungen beachtet werden.

Welches Online Shopsystem passt also zu Ihrem Projekt?

Lesen Sie hier die Kriterien, mit denen Sie die richtige Entscheidung treffen.

1. Kriterium: Funktionalitäten:

Was wünschen Sie sich für Ihren digitalen Vertrieb von der Shoplösung?

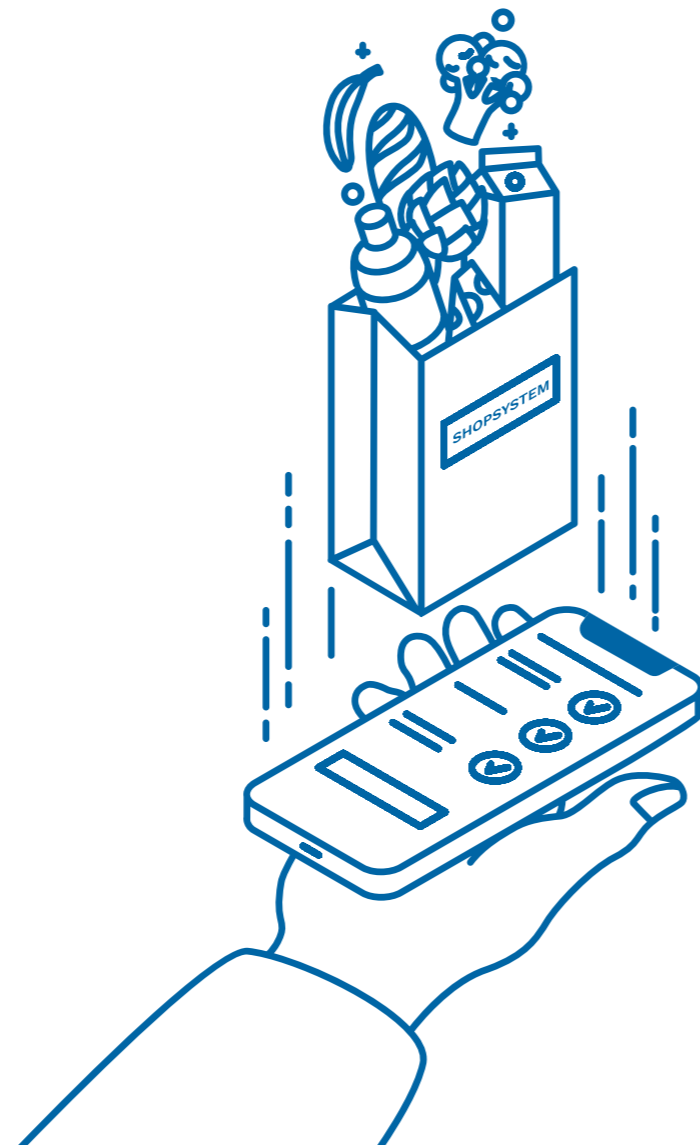
Es versteht sich von selbst, dass die Shoplösung möglichst viele Prozesse des Onlinehandels integriert anbieten muss.

Es ist für alle Nutzer einfacher, sich nur in einem System zu bewegen und nicht in verschiedenen Werkzeugkästen zu wühlen, um das geeignete Instrument zu finden.

Gleichzeitig soll aber nur das in den Werkzeugkasten, was auch benutzt wird.

Das sind die Highlight-Funktionen, die Ihr E-Commerce Werkzeugkasten haben soll:

- Kalkulationsaufschläge und Versandkosten für die Ermittlung von Verkaufspreisen
- Ähnliche und verwandte Produkte miteinander verknüpfen
- **Preisdifferenzierung:** Damit der Konsument angesprochen wird, sollen Preisdifferenzierungen effizient genutzt werden. Dazu gehören zeitlich befristete Rabatte, Gutscheine, die automatisiert dem Nutzer eingeblendet werden, wenn er einen bestimmten Nutzerfluss auf der Seite absolviert hat, Mengenrabatte und Preisauszeichnungen.



2. Kriterium: Branchen- und Geschäftsmodell – Ihre Lösung soll Sie verstehen.

Mein Geschäftsmodell - meine Regeln. Das ist das Statement. Es soll nicht gelten: "Ich muss mich mit meinem Geschäftsmodell anpassen auf das, was die E-Commerce Lösung mir gibt". Sie erwarten, dass sich die Shoplösung heute wie auch morgen und übermorgen an Ihre eigenen Bedürfnisse anpassen kann.

Dashboards, Reportings oder die Anbindung an Datenquellen sollten individuell sein. Genau diese Eigenheiten müssen auch bei einem Release-Wechsel oder Update erhalten bleiben.

Ein Shopsystem für den ambitionierten Händler darf sich nicht auf Standards zurückziehen. Das Resultat: verlässliche Prozessketten und erheblich weniger Fehler. Erst wenn Einkauf, Qualitätssicherung, Onlinemarketing und Marktplätze im System zusammenspielen, erwirtschaften Sie Ihre Marge.

Damit sich auch Saisonkräfte oder Aushilfen im System zurechtfinden, müssen Wizards die wichtigsten Arbeitsschritte supereinfach darstellen. Anwender sollen sich einfach zurechtfinden und eine intuitive sowie sichere Nutzerführung vorfinden.

3. Kriterium: Modularität – oder: So viel wie nötig und Ausbau, wenn der Anlass dafür da ist.

Wie sich das Unternehmen verändert, so verändert sich auch die Shoplösung. Bei einer E-Commerce Anwendung, die modular aufgebaut ist, können Sie jederzeit Funktionalitäten zuschalten. Ob und wann welche Module und Lizenzen eingekauft werden, entscheiden allein Sie.

Die Monsterlösung ist zu Beginn meist nicht nötig. Evolutionäres Wachsen mit der E-Commerce Lösung ist der Weg zum großen Sprung.

Wichtig ist, dass die Modularität in der Lösung verankert ist und dass zur individuellen Anpassung auch standardisierte Module mit einem ganzen Funktionspaket griffbereit sind.

Individuelle Shoplösungen für jedermann.

Modular und zukunftsnahe.

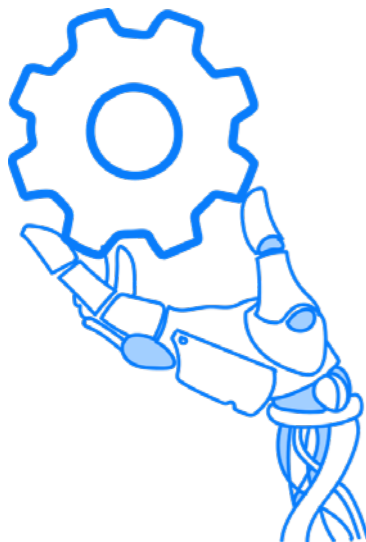
Onlinemarketing und Technologie vereint.

4. Kriterium: Zukunftskompatibilität – sind Sie auch noch nach der zweiten Prozessanpassung mit Ihrem E-Commerce Shopsystem glücklich?

Sie werden wachsen. Dabei werden sich Prozesse verändern. Sie brauchen erreichbaren Support. Doch dann - Ihre Open Source Software wird nicht mehr weiterentwickelt, Entwickler haben sich dem nächsten Hype zugewandt, Ihr Modul wird nicht mehr supportet.

Diese Szenarien sind vermeidbar. Prüfen Sie, bevor Sie entscheiden:

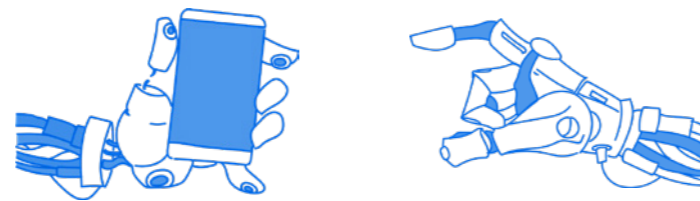
- Wächst das System mit Ihrer Prozessentwicklung mit?
- Ist die Shoplösung individuell entwickelbar? Sind „Fix und fertig“-Module flexibel buchbar? Kommen auch immer wieder neue Systementwicklungen dazu? Was ist mit Updates zur Betriebssicherheit?
- Wie individuell kann die E-Commerce Lösung auf individuelle Prozessanforderungen reagieren?
- Lassen sich andere Systeme integrieren oder automatisierte Datenübergaben organisieren?
- Sind die Abläufe ohne Medienbrüche und in hoher Daten- und Prozessqualität angelegt?
- Bleiben bei Updates individuelle Anpassungen erhalten?



5. Mobile Nutzer, mobiler Zugriff

Der Wareneingang passiert im Lager, kommissioniert wird am Packtisch, die Artikelpflege wird vielleicht von externen Spezialisten übernommen. Kunden kaufen, während sie in der Straßenbahn sitzen oder in der Mittagspause. Verfügbarkeit für die Oberfläche im Frontend, wie auch für die Oberfläche im Backend, soll eine verlässliche Konstante sein.

Mobility als Konzept für die E-Commerce Shoplösung ist mehr als ein responsives Template Set.



6. Sichtbarkeit – so findet der Nutzer mein Angebot.

Die E-Commerce Lösung mit Shop- und Multishop-system ist die Drehscheibe für ihr betriebswirtschaftliches Konzept. Über Daten und Prozesse wird in Kalkulation, Packliste, Artikelpräsentation und Fulfillment real, was Ihre Käufer überzeugen soll.

Um ehrlich zu sein - keiner wird Ihr überwältigendes Angebot wahrnehmen, wenn es nicht in Social Media, auf Marktplätzen, in Preissuchmaschinen und Contentportalen auftaucht. Bringt die E-Commerce Lösung Sichtbarkeit mit? Ist es für Projekte, in denen die Sichtbarkeit optimiert werden soll möglich Anforderungen zu definieren, die im Shopfrontend umgesetzt werden können?

Mit Standards wird sich Sichtbarkeit nicht hergestellt. Standards erfüllen schon die anderen. Open Source Lösungen setzen auf Standards. Worauf setzen Sie?

Ist der Nutzer in Ihrem E-Commerce Kosmos eingetaucht, wird er auf mehr als einen Artikel, auf mehr als ein Angebot treffen. Können Sie gewichten, welcher Nutzer welcher Plattform oder welche Zusprieleradresse welche Angebote sieht? Haben Sie aktiv Einfluss auf Suchergebnisse durch Gewichtungssysteme? Eine gute E-Commerce Lösung sollte das können.

7. Evolutionäre Entwicklung – nicht alles auf einmal.

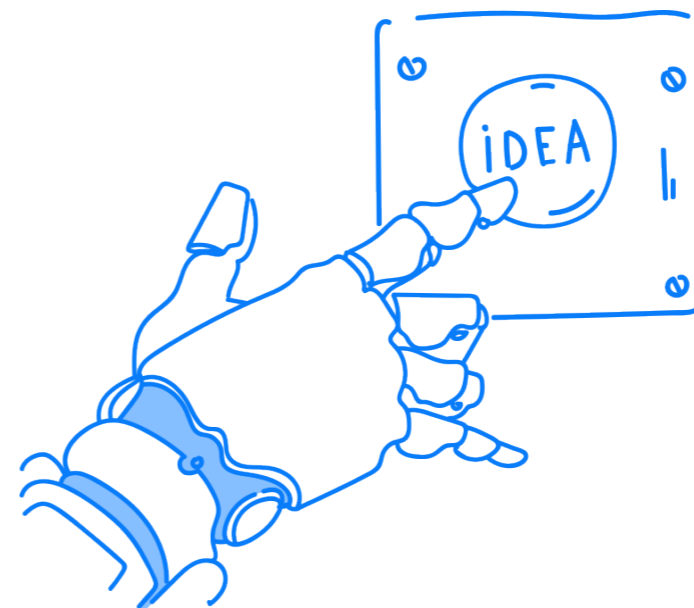
Der Vorteil, den ein Online Shopsystem oder E-Commerce System entfaltet, hängt auch davon ab, wie schnell es online aktiv ist und im praktischen Alltag den Dienst verrichtet.

Damit Onlineprojekte nicht über Monate in der Erarbeitung von Pflichtenheften erstarren oder in Testsystemen verstauben, weil die Testanforderungen so komplex sind, bietet sich ein evolutionärer Ansatz der Integration an. Schritt für Schritt werden Funktionen und Systementwicklungen online gestellt. Die Komplexität steigt evolutionär. Ist ein Schritt getan, folgt der nächste Schritt der Systementwicklung.

Achten Sie also bei der Implementierung auf eine schrittweise Einführung jeweils überschaubarer Projekt-Milestones, die für eine Testumgebung verständlich und nachvollziehbar sind.

Achten Sie darauf, Schnittstellen sukzessive zu aktivieren und nicht in einem Rutsch alle Partner einzubinden oder alle Marktplätze an einem Stichtag zugleich anzusteuern.

Nehmen Sie die Mitarbeiter und Nutzer auf dem Weg der Implementierung mit und überfordern Sie die Anwender nicht mit Monsterprojekten.



Shopsystem schön und gut, doch wie ist der Stand mit Open Source Alternativen?

Shopify

- Sie zahlen für jeden einzelnen Verkauf knackige Provision, immer und dauerhaft
- echte Individualisierungen sind mit drastischen Änderungen verbunden
- Content-Marketing-Optionen sind eingeschränkt
- Tausende Module und kein Ende, wo bleibt die Integration?

Magento

- Installation und Einrichtung sehr zeitaufwendig und kompliziert
- Grundlegende PHP- und MySQL-Kenntnisse sind erforderlich
- relativ hohe Kosten für das Server-Hosting
- hohe Komplexität
- hoher Pflegeaufwand
- fehlende Mandantenfähigkeit

Woocommerce

- ist nicht für den deutschen Markt optimiert
- Kontaktmöglichkeiten und Hilfestellungen müssen über Foren erreicht werden
- nicht jedes Warenwirtschaftssystem wird unterstützt
- viele Funktionen müssen über kostenpflichtige Erweiterungen organisiert werden
- man muss sich vorgefertigten Design Vorlagen bedienen

NEUGIERIG AUF EIN PROJEKT?



Gerne zeigen wir Ihnen live, was Sie mit unserer Lösung erreichen können.

Vereinbaren Sie [hier](#) Ihren persönlichen Termin!

