

DIGITALISIERUNG:

E-Commerce: Chance oder Risiko?

KEIN ANDERES GESCHÄFTSFELD kann Ihren Umsatz heutzutage so erfolgreich steigern wie E-Commerce.

TEXT: ING. ALEXANDER GRAF, M.SC., ONLINEEXPERTE



Online-Shops sind durch die Ersparnis von Personal und Schau-räumen nicht nur eine günstigere Alternative zu stationären Läden, sondern vor allem eine chancenreiche Ergänzung, denn viele Kunden lassen sich vor Ort vom Angebot inspirieren, treffen die Kaufentscheidung allerdings erst später per Maus-klick. Wer noch nicht online shoppt, der recherchiert zumindest vor dem Kauf. In Österreich suchen bereits 66 % aller User online und mobil nach Angeboten. Von Dienstleistungen bis hin zu Lebensmitteln – Web-Shops sind gefragter denn je und kennen kaum Grenzen. Doch E-Commerce ist nicht gleich E-Commerce.

Unterschiede zwischen B2B- und B2C-E-Commerce

Das B2C-E-Commerce richtet sich an Endverbraucher. Produkte und Dienstleistungen werden direkt an den Konsumenten verkauft. Das B2B-E-Commerce richtet sich speziell an andere Unternehmen und Wiederverkäufer. Bereits hier liegt auch der größte Unterschied. Das B2B-Business richtet sich an Geschäftskunden, die meist andere Anforderungen und auch einen größeren Bedarf haben. Darüber hinaus läuft der Vertrieb für Geschäftskunden in der Regel anders.

Ein weiterer Unterschied besteht in der Zielgruppe. Im B2C-Bereich sind es meist viele Konsumenten und das Kundensegment im B2B-Bereich ist eher begrenzt. Weniger Kunden kaufen häufig dieselben Produkte, jedoch in größeren Mengen.

E-Commerce als neues Geschäftsfeld

E-Commerce ist eine äußerst zukunftsweisende und chancenreiche Handelsform. Das zeigt auch eine Studie der KMU Forschung Austria. Darin wurden im letzten

IHR KOSTENLOSER WEBSITE-CHECK

Treue gehört belohnt. Die ersten 20 Anfragen erhalten eine kostenlose Analyse. Dabei werden Antworten und auch konkrete Handlungsempfehlungen wie zum Beispiel zu folgenden Fragen geliefert:

- Wie wird meine Website derzeit auf Google gefunden?
- Wie werden die aktuellen Google-Kriterien erfüllt?
- Ist meine Seite responsive, d. h. wird sie auf allen Endgeräten optimal dargestellt?

Spezialrabatt

Zusätzlich wird ein Spezialrabatt von 10 % auf Ihre Erstbestellung bis zum 30. September 2018 angeboten.

Jahr mehr als 4,9 Millionen Online-Käufer und 7,6 Milliarden Euro Ausgaben verzeichnet. Online-Shopping gewinnt also weiter an Bedeutung, wobei die Dynamik im Online-Shopping vor allem durch Smartphone-Shopping übertroffen wurde. Bereits 21 % der Österreicher kaufen auch direkt via Smartphone im Internet ein. Nicht nur das Geschäftsfeld E-Commerce allgemein, sondern vor allem Mobile Commerce, also der elektronische Handel via Smartphone oder Tablet, weitet sich weiter aus.

Nutzen Sie die Chancen

Während das oben genannte Wachstum von Web-Shops grundsätzlich Erfolg verspricht, darf man nicht außer Acht lassen, dass auch einige Kriterien erfüllt werden müssen. Machen Sie von Anfang an Ihre Hausaufgaben und analysieren Sie den aktuellen Markt und Ihren Mitbewerber. Da die Konkurrenz im Online-Handel wahrlich nur einen Klick entfernt ist und die Händler somit leichter vergleichbar sind, ist es umso wichtiger, sich von jenen Mitbewerbern abzuheben.

Hierbei spielt auch die hohe Preistransparenz eine große Rolle. Sie müssten Ihre Kunden also entweder über den geringsten Preis gewinnen oder aber besondere Leistungen bzw. Services bieten, die auch einen höheren Preis rechtfertigen. Das können ausführliche Produktbeschreibungen, professionelle Produktfotos, persönliche Geschichten zum Unternehmen oder der Produktion sein.

Mit einem Webshop haben Sie zusätzlich endlich einen Mitarbeiter gefunden, der Ihre Kunden 24/7 bedient und bei Fragen zur Verfügung steht. Denn was E-Commerce so einzigartig macht, ist die Tatsache, dass Ort und Zeit keine Einflussgrößen mehr sind. Egal wo und wann wir unterwegs sind – dank unserer mobilen Endgeräte und Ihrem durchgehend geöffneten Online-Shop können wir so flexibel einkaufen wie noch nie. Profitieren auch Sie von dieser Flexibilität und erweitern Sie beispielsweise Ihre Zielgruppe, denn im E-Commerce ist der Weg ins Geschäft für Kunden aus aller Welt gleich kurz und unkompliziert. Das Online-Segment bietet außerdem größere Erfolgchancen für Nischenmärkte. Denn während ein Randprodukt im stationären Handel eher untergeht, kann es mithilfe eines eigenen Webshops, der professionelle Produktfotos und -erklärungen beinhaltet, besonders einzigartig präsentiert werden.

SUMMARY

Das E-Commerce-Business boomt. Immer mehr Online-Shops kommen auf den Markt und der Trend ist steigend. Die meisten Online-Shops kennen wir aus dem B2C-Bereich. Aber auch im B2B-Segment steigen die Portale. Profitieren auch Sie und erweitern Sie Ihre Zielgruppe, denn im Web ist der Weg zum Produkt für Kunden aus aller Welt gleich kurz und unkompliziert.

Der Kunde ist König

So auch beim E-Commerce. Besser gesagt: Vor allem im Online-Segment, denn gerade in diesem Sektor ist es essentiell, sich im Vorhinein genau mit der Zielgruppe auseinanderzusetzen und diese hinsichtlich ihrer Interessen kennenzulernen, um die Inhalte in weiterer Folge zielgruppengerecht aufzubereiten. Um sich also im wettbewerbsintensiven Online-Umfeld zu behaupten und eine langfristige Kundenbindung aufzubauen, ist es zentral, diese Konsumentenbedürfnisse im Blick zu haben.

Das Kleingedruckte

Als Anbieter ist es wichtig, über die rechtlichen Rahmenbedingungen im E-Commerce genau Bescheid zu wissen. Zum Beispiel ist das Widerrufsrecht ein relevantes Thema im Distanzhandel. Die Rücktrittsfrist für Fernabsatzverträge ist außerdem gesetzlich geregelt und gilt EU-weit, jedoch nur für B2C-Geschäfte. Die Frist beträgt 14 Tage ab dem Zeitpunkt des Vertragsabschlusses. Innerhalb dieses Zeitraums kann daher der Verbraucher ohne Angabe von Gründen und grundsätzlich ohne Kosten von derartigen Verträgen zurücktreten und seine Bestellung stornieren. Sollten Sie Ihren Informations- und Bestätigungspflichten jedoch nicht nachgekommen sein, so verlängert sich die

Rücktrittsfrist um 12 Monate. Weiters muss die neue Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), die seit 25. Mai gilt, berücksichtigt werden. Eventuell sollten Sie auch Ihre Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) anpassen.

Endspurt – die letzte Meile

Die sogenannte „letzte Meile“, also das letzte Wegstück beim Transport der Ware zum Kunden, stellt häufig ein großes Problem und einen erheblichen Kostenfaktor dar. Es bedarf gründlicher Überlegung, wie die Abwicklung erfolgt, und beginnt mit der Suche nach einem geeigneten Paketdienstleister. Egal wofür Sie sich im Endeffekt entscheiden, es gilt auch hier: Der erste Eindruck zählt. Denn die Zustellung ist der erste physische Kontakt, den ein Kunde mit seiner Online-Bestellung hat, und kann die Kundenzufriedenheit und die Kundenbindung maßgeblich beeinflussen.

Es sind also flexible Konzepte und ein perfektes Zusammenspiel zwischen Ihnen und dem Logistikdienstleister gefragt, damit Sie die Kundenbedürfnisse bestmöglich erfüllen.

E-Commerce ist und bleibt ein spannendes Geschäftsfeld mit vielen neuen Möglichkeiten. So können beispielsweise neue, bisher unerreichbare Kundensegmente angesprochen und der Umsatz gesteigert, Kosten für Miete und Personal gespart und eine Zeit- bzw. Ortsunabhängigkeit geschaffen werden.

Lesen Sie in der nächsten Ausgabe alles über Responsive Webdesign und deren Relevanz im digitalen Zeitalter und stärken Sie Ihr Know-how mithilfe vieler weiterer Expertentipps. ■



ING. ALEXANDER GRAF, M.SC.

Alexander Graf ist Inhaber der Agentur Alexander Graf Consulting. Durch seine langjährige Erfahrung im Marketing und Sales unterstützt er diverse Kunden erfolgreich. Von der Gründung und Zielgruppenanalyse bis zur laufenden Marktbearbeitung und einem erfolgsbringenden Online-Auftritt.

OFFICE@AG-CONSULTING.AT

WWW.AG-CONSULTING.AT