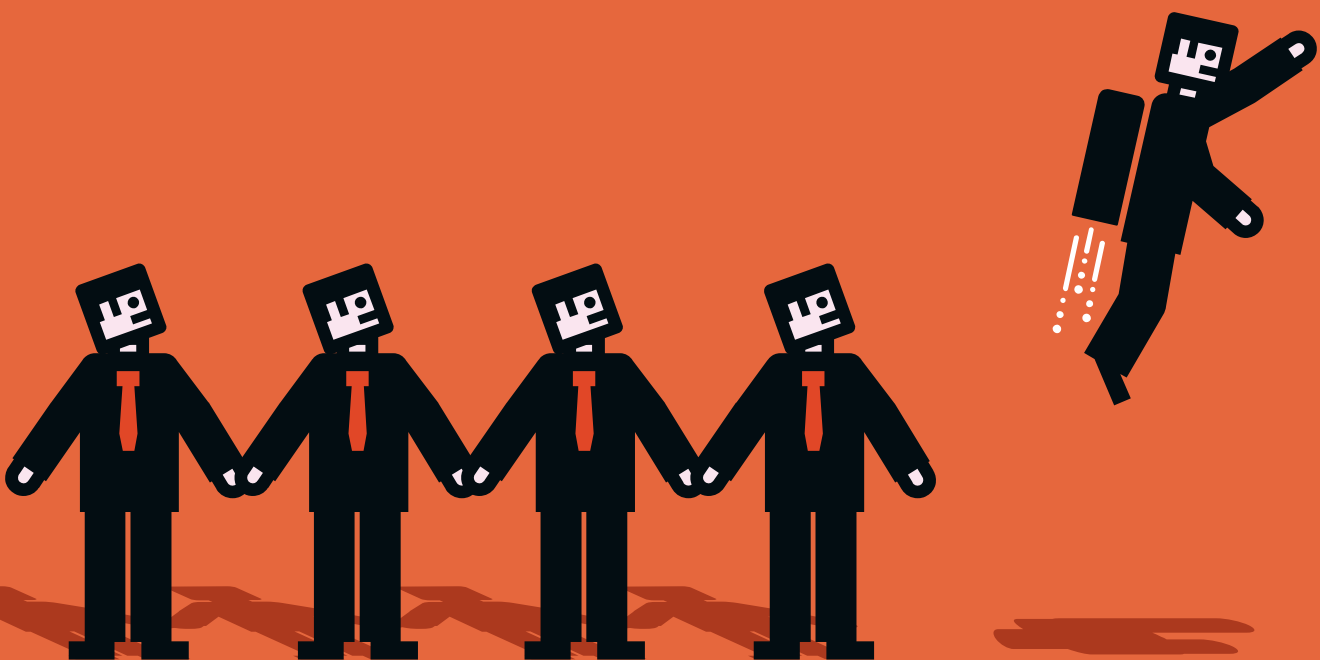


DIGITALISIERUNG:

Der digitale Wandel

WIESO EIN STARKER ONLINEAUFTRITT so wichtig ist und was einen erfolgreichen Webauftritt ausmacht.

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



Durch die Digitalisierung und das veränderte Kundenverhalten fällt es Unternehmen immer schwerer, den Wünschen und Erwartungen ihrer Konsumenten gerecht zu werden. Darum ist es heutzutage wichtiger denn je, sich mit den technischen Möglichkeiten auseinanderzusetzen und Gebrauch davon zu machen.

Ein Blick zurück

Der Weg zu der Einfachheit und Selbstverständlichkeit, mit der wir heutzutage online einkaufen und andere Dienste in Anspruch nehmen, hat einige Jahrzehnte gebraucht.

Nachdem in den 1960er- und 1970er-Jahren erstmals PC-Dienste für administrative Aufgaben sowie zum Versenden von E-Mails genutzt werden konnten, blühte mit dem Start von Amazon und eBay in den 1990er-Jahren der Onlinehandel auf.

E-Commerce war allerdings nicht die erste Form des Distanzhandels. Die Konsumenten waren bereits seit der Einführung des Katalogversands in den 1920er-Jahren teilweise bereit, auf eine persönliche Beratung zu verzichten. Waren es anfangs nicht alltägliche Produkte, die online erworben wurden, hat sich in den letzten

Jahren sogar der Lebensmittelhandel ins Onlinegeschäft gewagt.

Bis heute haben sich die Wahlmöglichkeiten für Kunden durch die Digitalisierung, die Vernetzung verschiedener Kommunikationskanäle und die Globalisierung fast ins Unermessliche gesteigert und E-Commerce wurde zu einem verflochtenen Ökosystem. Immer mehr Netzwerke beginnen, ihre Plattform mit Shoppingelementen zu verbinden und ihren Onlineauftritt zu verbessern. Das liegt vor allem an der Zahl der weltweiten Internetnutzer. Diese übersteigt mittlerweile die Vier-Milliarden-Mar-

ke. Damit ist jetzt mehr als die Hälfte der Weltbevölkerung online. Mit dieser Veränderung geht zwangsläufig auch eine weitere Umstellung in unserer Gesellschaft einher: die Digitalisierung.

Erfolgsfaktor Onlinepräsenz

Die digitalen Prozesse verändern unsere Lebensbereiche laufend und bereits ganz selbstverständlich – sei es im Arbeitsalltag oder in der Freizeit. Dabei ist natürlich auch das Konsumverhalten nicht ausgenommen, wobei sich nicht nur die Verhaltensweisen der Kunden selbst stark entwickelt haben, sondern auch deren Erwartungen. Aus dem Grund ist die Digitalisierung für jedes Unternehmen von großer Bedeutung. Unternehmer müssen sich nach ihren (potenziellen) Kunden richten und diese in den Fokus rücken, indem sie vor allem in ihren Onlineauftritt investieren und diesen optimieren. Heutzutage ist es nämlich zu einem großen

SUMMARY

Mehr als die Hälfte der Weltbevölkerung und beinahe jedes Unternehmen ist heutzutage mobil unterwegs. Aus diesem Grund müssen auch Handelsagenten „digital denken“ und ihre Strategien sowie ihren Onlineauftritt anpassen. Handelsagenten müssen immer und überall erreichbar sein und mit ihren Geschäftspartnern kommunizieren. Nur so bleibt man erfolgreich am Markt.

te hilft auch Content Marketing, kundenorientierter und effizienter zu arbeiten. Darunter fallen beispielsweise ein Unternehmensblog, Onlinemagazin und Social Media. Auch hier ist es wichtig, aktuell zu bleiben und mit Inhalten zu arbeiten, die den Kunden interessieren.

Für jede strategische und technische Entscheidung im Allgemeinen gilt, sich genau mit der Zielgruppe auseinanderzusetzen.

im Internet nach Angeboten suchen, erwarten sie sich auch dort eine gewisse persönliche Beratung und Ansprache. Nur so kann bereits vorab Vertrauen aufgebaut werden, was Kunden wiederum bindet und wiederkommen lässt. Bevor seitens der Kunden also überhaupt ein Angebot in Anspruch genommen oder persönlich Kontakt aufgenommen wird, muss schon im Netz eine Vertrauensbasis geschaffen werden.

Ein Blick nach vorne

Der digitale Wandel erlebt mit ziemlicher Sicherheit noch lange keinen Stillstand. Die Technik und die Gesellschaft werden sich immer weiter verändern. So müssen sich auch Unternehmen weiterhin an den digitalen Wandel anpassen und ihre Strategien optimieren. Vor allem E-Commerce wird sich weiterhin ausweiten und Unternehmen sowie Konsumenten immer mehr Chancen bringen, sie aber auch vor Herausforderungen stellen.

Während sich Konsumenten um nachlassende Qualität und lange Wartezeit sorgen, wächst auf Seiten der Unternehmen die Skepsis in Hinblick auf steigende Kosten und andere anfallende Aufwände, die die Kapazität der Firma übersteigen. Nichtsdestotrotz sieht man anhand internationaler Beispiele, wie man

erfolgreich im Web Kunden gewinnt und wie groß das Interesse und die Nachfrage nach Einkaufen per Mausklick ist.

Erfahren Sie in der nächsten Ausgabe mehr über das vielseitige „Phänomen E-Commerce“ und dessen Auswirkungen. ■

ES IST VIELEN NICHT BEWUSST, WELCHE CHANCEN EIN INTERNETAUFTRITT BIETET, DOCH EIN GUTER ONLINEAUFTRITT IST HEUTZUTAGE UNABDINGBAR. ES IST WICHTIG, DASS DIE MODERNEN TECHNISCHEN ANFORDERUNGEN ERFÜLLT WERDEN. DIE KRITERIEN NICHT ZU ERFÜLLEN, IST EINE VERGEBENE CHANCE.

Teil die Onlinepräsenz eines Unternehmens, die essentiell für dessen Erfolg ist. Das Internet muss in der Strategie berücksichtigt werden, denn Firmen, die nicht frühzeitig in digitale Infrastruktur investieren, könnten unter Umständen bald ganz vom Markt verschwinden.

Online ist nicht gleich online

Eine aufwendig designte und übersichtlich gestaltete Website ist längst nicht mehr alles. Mit den technischen Möglichkeiten steigen auch die Erwartungen der Kunden. Dazu kommt der steigende Marktanteil von Smartphones und Tablets. All das erzwingt ein Umdenken beim Gestalten von Webseiten. Responsive Websites sind dabei unverzichtbar, denn Websites, die auf allen mobilen Endgeräten darstellbar sind, versprechen einen professionellen Webauftritt. Neben der unternehmenseigenen Websei-

te während früher durch persönlichen Kontakt im Geschäft Vertrauen geschaffen wurde, muss dies jetzt durch zielgruppenspezifische Kommunikation und Kundenverständnis passieren. Dadurch, dass Kunden heutzutage verstärkt online unterwegs sind und



ING. ALEXANDER GRAF, M.SC.

Alexander Graf ist zusammen mit Mirjana Suvajac Inhaber der Agentur de.sight. Sein fachspezifisches Wissen lässt er gezielt in seine Arbeit mit Kunden einfließen und unterstützt so diverse Unternehmen erfolgreich. Von der Gründung bis hin zur fertigen Website.

de.sight GmbH

de.sight ist eine Agentur, die professionelle Websites und Content-Marketing-Strategien zu leistbaren Preisen anbietet. de.sight verbindet anspruchsvolles Design und umfangreiches Technik-Know-how.

OFFICE@DESIGHT.AT
WWW.DESIGHT.AT