

Weg zum Erfolg wesentlich erleichtert.

Dafür gibt es einige Regeln:

„und Kundenkontakt wird zwingend die Rufnummer des Anrufers übermittelt, „inkognito“ gehört der Vergangenheit an.

sen Anspruch erfüllen zu können, tun wir einiges.“

sprechenden Call Center Technologien unterstützt.

So stellen Sie Sortimente optimal in Web-Shops dar: Ansprechen. Überzeugen. Verkaufen!

Sekunden entscheiden über hopp oder top im E-Commerce! Web-Shops entwickeln sich rasant, das Angebot im Internet wächst ständig. Umso wichtiger sind für Shop-Betreiber der perfekte Shop und eine professionelle Darstellung ihrer Produkte. Ein scharfes Shop-Profil und ein sinnliches Einkaufserlebnis steigern nachweislich den Umsatz. Sprechen Sie Ihre Kunden gezielt mit hochwertigen Produktabbildungen und geschickt eingesetzten Videos an!

Am Anfang ist das Bild

Auf dem Weg zum Kunden führt kein Weg an guten Sortimentsbildern vorbei. Innerhalb von Sekundenbruchteilen entscheidet ein Kaufinteressent darüber, ob er auf Ihrer Seite verweilt, Ihr Angebot anschaut und etwas kauft - oder ob er weiterklickt und im Web abtaucht.

Ausführliche Produktpräsentationen spielen im Online-Versandhandel eine

zentrale Rolle. Im Gegensatz zum stationären Handel kann der Kunde die Ware nicht anfassen, die sinnliche Komponente des Kaufs ist eingeschränkt. Daher sind im Web-Shop Fotos gefragt, die den Käufer emotional ansprechen. Denn: Für rund zwei Drittel der Käufer sind Produktbilder und umfangreiche Produktbeschreibungen der wichtigste Kaufanreiz. Im Bereich Mode liegt das Produktbild mit 75,2 Prozent sogar auf dem ersten Platz, wenn es um die Kaufentscheidung geht.

Bilder zeigen mehr als nur das Produkt

Ein Beispiel: Für einen bekannten Modeversender konzipierten der Pforzheimer Pre-Media Spezialist Meyle+Müller und der E-Commerce-Dienstleister xchain in den vergangenen Monaten die Artikeldarstellung neu und konnten dadurch den Abverkauf der einzelnen

Artikel im Durchschnitt um 35% steigern.

Bei der Qualität der Bilder trennt sich die Spreu vom Weizen. Schlechte Aufnahmen und altbekannte Agenturfotos lösen Fluchtimpulse bei Kaufinteressenten aus. Ihre Seite versandet in der Flut der Angebote und bleibt – wenn überhaupt – negativ in Erinnerung. Mit qualitativ hochwertigen, emotionalen Produktbildern hingegen erreichen Sie potenzielle Kunden. Ein gutes Foto vermittelt wesentlich mehr als das korrekte Aussehen Ihres Produktes. Es signalisiert dem Betrachter, dass dieser spezielle Artikel zu ihm passt. Indem Sie eine individuelle Bildsprache entwickeln, können Sie sich von Ihren Mitbewerbern differenzieren und Interessenten zum Kauf bewegen.

Wie unterscheiden sich Farbnuancen?

Oft sind es Kleinigkeiten die den Kun-

den vom Kauf abhalten: ein Praxisbeispiel von Meyle+Müller/xchain, ebenfalls aus der Modebranche, zeigte, dass es Kunden nicht möglich war, im Web-Shop angebotene Farb-Varianten und die dazugehörigen Farbabbildungen in Verbindung zu bringen. Auf einer „Farban-sicht“ wurden alle verfügbaren Farben gezeigt: Unter anderem gelb, hellbraun, beige, sand und sekt. Der Kunde jedoch bekam bei diesen sehr ähnlichen Farben keinen Hinweis darauf, welche Abbildung welcher Farbbezeichnung entspricht. Die spätere Retusche der Farb-bezeichnungen in die „Farbansicht“ erzielte bei dem Versender eine Steigerung der Verkäufe dieser Farben um +65%.

Ein weiterer wesentlicher Faktor ist die Bildkonzeption, also welche Bilder wie im E-Commerce eingesetzt werden.

Fortsetzung folgende Seite



EMSI füllt Ihren Warenkorb bis obenauf: www.ms-warenkorb.ch

Einloggen. Sich auf die Kernkompetenzen konzentrieren. Routinearbeiten oder flankierende Services kostengünstig an den richtigen Partner auslagern. Um den Heimmarkt oder ausländische Märkte effizient zu bearbeiten, braucht es rund um Ihren E-Shop zeitgemässe, modulare Lösungen on demand – am besten aus einer Hand. Rufen Sie uns an – wir zeigen Ihnen wie!

ms DIREKTMARKETING

MS MAIL SERVICE AG | Fürstenlandstrasse 35 | CH-9001 St.Gallen | Fon +41 71 274 66 70 | msfeedback@ms-direct.ch | www.ms-direct.ch

Elektronik- und IT-Händler bereits Strukturen, um den Versand dezentral über Distributoren zu organisieren. Eine weitere Möglichkeit für Händler, das Warenrisiko und die Versandlogistik zu umgehen, bietet Dropshipping. Bei diesem Konzept –

von jungen Familien und Berufstätigen in Anspruch genommen. Ökologisch gesehen ist der Online-Einkauf vorbildlich: Seit Sommer 2007 kann jeder Kunde bei LeShop.ch seine persönlichen CO2-Einsparungen messen, die dank der Hauslieferung im Vergleich zum motorisierten Individualverkauf erzielt werden. 2009 haben die LeShop-Kunden insgesamt 980 Tonnen CO2 eingespart.

Fortsetzung von Seite 6

Generell sollten Versender über die im E-Commerce eingesetzte Bildsprache und Bildformate übergreifend nachdenken. Viele Web-Shops erwecken derzeit leider noch einen wenig professionellen Eindruck, weil Bilder in unterschiedlichen Formaten, als Freisteller, als gelegte Ware, mit Stapelabbildungen, mit und ohne Hintergrund, einfarbig, im Studio, etc. im gleichen Shop nebeneinander stehen.

Videos steigern das Einkaufserlebnis

Bei fachmännisch gestalteten und gezielt eingesetzten Videos kommen Versender auf ihre Kosten – Analysen von Meyle+Müller und xchain zeigen Umsatzsteigerungen im zweistelligen Prozentbereich. Ein Versender junger Mode erzielte durch den Einsatz von Produktvideos 35% Umsatzzuwachs der betroffenen Artikel.

Bei der Integration von Bewegtbildern kommt es auch auf die Art der Video-Integration an. So sollten Videos in die „Verkaufs-Strecke“ sinnvoll integriert werden, um den vertrieblichen Vorteil zu nutzen und nicht in einen separaten Innovations-Bereich „Modeversand.TV“.

Videoclips eröffnen zahlreiche Möglichkeiten, die Attraktivität Ihres Web-Shops nachhaltig zu steigern. Sie bieten Surfern im Internet einen guten Grund,

Ihre Seite anzusteuern, lenken den Blick auf ausgewählte Produkte und unterstreichen Ihre Sachkompetenz. Darüber hinaus können Sie per Video die Qualität und Alleinstellungsmerkmale Ihrer Produkte einprägsam darstellen. Inzwischen bieten viele Produkthersteller Videos an, die direkt angefordert oder auf Portalen im Internet zur Verfügung gestellt werden können.

Bewegtbild jenseits der Videos

Komplexe Produkte, die einer Erklärung bedürfen, lassen sich mittels bewegter Bilder perfekt und verständlich präsentieren. Last but not least erhöht die Einbindung von Videos den Erlebnisfaktor für den Besucher Ihrer Seite.

Die Art der Sortimentsdarstellung ist ein wichtiges Kriterium für die Zufriedenheit der User in einem Web-Shop. Eine Trend-Analyse von xchain zeigt, dass derzeit noch 59 % der Teilnehmer ihre Erwartungen an moderne Web-Shops nicht erfüllt sehen. Die Hälfte von ihnen bemängelt die fehlende Innovation in der Produktpräsentation und die mangelnde Inspiration. Hier schafft eine multimediale Darstellung des Angebots mit Videos, 3D- oder 360°-Ansichten Abhilfe.

Wie bei der Bildsprache gilt auch bei Videoclips: Es geht um mehr als die reine Funktionsbeschreibung. Videos eig-

nen sich hervorragend, um Produkte über eine emotionale Ansprache zu verkaufen – beispielsweise in der Modebranche. Bisher scheiterte das Wecken von Emotionen im Internet häufig an kleinen Medienformaten und schwachen Bandbreiten.

Höhere Bandbreite macht Großformat möglich

Jetzt schlagen vor allem die führenden Mode-Versender einen neuen Weg ein. Sie setzen auf große Formate und integrierte Videos. Bevorzugt solche, die den Kunden unmittelbar ins Einkaufserlebnis führen. Produktvideos ermöglichen es, das für den Kaufimpuls wichtige haptische Erlebnis nachzubilden und – zumindest in Teilen – das damit verbundene Gefühl zu stimulieren. So können Sie über Videos eine große Nähe zu Ihren Kunden aufbauen.

Gemeinsam bieten Meyle+Müller und xchain e-Commerce Lösungen an bis zur Gesamtverantwortung für Ihren Web-Shop. Meyle+Müller steuert dabei 100 Jahre Erfahrung in Premedia-Services bei, xchain ist, basierend auf Versandhandels-Knowhow, spezialisiert auf die Beratung von Unternehmen bei der Gestaltung nachhaltig effizienter E-Commerce-Prozesse und Workflows.

Logistik goes Multichannel-Commerce



Komplett-Service für jeden, der lagert und versendet

Optimale Ausschöpfung Ihrer Ressourcen und Kern-Kompetenzen erfordert professionelle Partner. Am besten flexibel und mit breitem Leistungsspektrum für komplettes Online-Shop-, Lager- und Versandhandling.

Willkommen bei der IDEAL-GROUP!

Erfahren Sie, wo Ihre Vorteile liegen – rufen Sie uns an.



IDEAL-PACK

IDEAL-PACK Verpackungs- und Versand-Service GmbH

Pfaffenstraße 49 · 74078 Heilbronn
Fon 07131 39069-0 · Fax 39069-13
www.ideal-pack.de · info@ideal-pack.de

Member of  IDEAL-GROUP