

# Wie Ihr Onlineshop zur Erlebniswelt wird

IT-Dienstleister wie die Kreativagentur Walk3 helfen Unternehmen, auf deren Geschäfte zugeschnittene Onlineshops zu realisieren. Wie dabei vorgegangen wird, was beachtet werden muss, wie seine Kunden zuarbeiten müssen, und was an Kosten entsteht, erklärt BVMW-Mitglied Pierre Jacek.



**E**inkaufen auf dem Sofa oder unterwegs in der Bahn, ohne Maske und unabhängig von Ladenöffnungszeiten: Onlineshopping macht's möglich. Eine Website, über die ein Unternehmen Waren oder Dienstleistungen im Internet anbietet und verkauft, ist gerade in diesen Zeiten nahezu unverzichtbar. Deshalb spezialisieren sich immer mehr Firmen auf die Erstellung von Onlineshops. Eine davon ist das BVMW-Mitglied Walk3 GmbH & Co. KG aus Leopoldshöhe bei Bielefeld. Die Kreativagentur bietet darüber hinaus Kunden im ganzen deutschsprachigen Raum sämtliche Onlinemarketing-Dienstleistungen an, gestaltet und programmiert Websites oder sorgt dafür, dass Internetpräsenzen bei Google und anderen Suchmaschinen schnell gefunden werden.

## „Eine Erlebniswelt für Besucher“

„Die von uns erstellten Onlineshops eignen sich für jede Branche und für jedes Produkt“, sagt Walk3-Geschäftsführer Pierre Jacek, „sowohl für physische als auch digitale Produkte wie Gutscheine – zum direkten Verkauf an private Endkunden, aber auch für Geschäfte im B2B-Bereich.“ Ein Großteil seiner Kunden habe schon vor der Zusammenarbeit mit Walk3 Onlineshops gehabt. „Diese waren aber

entweder veraltet oder mit Website-Erweiterungen wie WooCommerce oder TT-Commerce aufgebaut, was aber keinen echten Onlineshop ersetzt.“ Solche Erweiterungen verlangsamten den Seitenaufbau und führen nicht selten zur Unauffindbarkeit des Shops. Für Jacek ist der perfekte Onlineshop „eine Erlebniswelt für den Besucher“, größter Wert müsse auf die optimale Darstellung auf Smartphone-Displays gelegt werden. „Filtermöglichkeiten und eine optimale Benutzerführung runden den perfekten Shop ab.“ Dabei zähle der erste Eindruck: „Aussagekräftige Produktbeschreibungen und Bilder der Produkte müssen ansprechen und sollten deshalb vorhanden sein oder vom Kunden zeitnah erstellt werden.“ Weiterhin sollte sich der Kunde über konkurrenzfähige Preise, den oder die passenden Versanddienstleister sowie die bevorzugten Zahlungsmittel – PayPal, Kreditkarten, Vorkasse oder andere – im Vorfeld Gedanken gemacht haben.

## Lieferschein und Rechnung mit einem Klick

„Aber auch die gesetzlichen Vorgaben wie Impressum und Datenschutzerklärung sowie vielleicht die Anbindung eines Newsletters erläutern wir bereits im ersten Gespräch, damit diese Anforderun-



