

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.



Einkaufen 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 verlangsamen 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-

gen frühzeitig in den Onlineshop integriert werden können.“ Natürlich sei in jedem professionellen Shop-Software-System auch schon eine Warenwirtschaft enthalten. „Dadurch können unsere Kunden nach Bestelleingang mit einem Klick den Lieferschein erzeugen und mit einem weiteren die Rechnung versenden – so kann auf dem glei-

„ Wer online einkauft, etwa bei Amazon, achtet davor fast immer auf die Bewertungen anderer Kunden.

chen Weg auch ein Paketaufkleber erzeugt werden.“ Walk3 arbeitet vor allem mit den Shop-Software-Systemen Magento 2 und Shopware 6, um auf bestimmte Geschäfte zugeschnittene Onlineshops zu entwickeln.

Wichtig: Möglichkeit zur Produktbewertung

Für den Start, so Jacek, sei ein Standard-Paket ideal: „Die Sonderwünsche kommen dann meist während der Planung, denn es gibt Tausende von vorgefertigten Erweiterungen, die das Einkaufen nicht nur zum Erlebnis machen, sondern den Besucher des Onlineshops schnell ans Ziel, nämlich den Verkauf, bringen.“ Die Möglichkeit der Produktbewertung zum Beispiel sei sehr wichtig: „Denn wer online einkauft, etwa bei Amazon, achtet davor fast immer auf die Bewertungen anderer Kunden.“ Und ein großer Teil der Suchmaschinenoptimierung SEO (für Search Engine Optimization), die früher mühsam händisch eingetragen oder programmatisch bearbeitet werden musste, läuft in den bei Walk3 eingesetzten Shop-Software-Systemen automatisiert.

Die Kosten für die Erstellung eines Onlineshops hängen vor allem vom Bedarf und dem damit verbundenen Aufwand ab. „Wir haben Kunden, die einen Standard-Onlineshop mit ihrem Logo und einem guten Standard-Design erstellen lassen – dazu kommt noch eine Einweisung in die Bedienung.“ Die notwendigen Einstellungen würden dann vom Kunden getätigt. „Die meisten Kunden wollen jedoch einen optimalen Onlineshop, wofür wir die Designs und den kompletten Shop umsetzen.“ Die entstehenden Kosten für solche Premium-Lösungen lägen meist zwischen 6.000 und 15.000 Euro.

Gut zu wissen

Was beim Onlineshop zu beachten ist:

- Produktbeschreibungen und Bilder der Produkte müssen ansprechen
- Gesetzliche Vorgaben wie Impressum und Datenschutzerklärung müssen integriert werden
- Jedes professionelle Shop-Software-System sollte bereits eine Warenwirtschaft enthalten
- Produkte sollten bewertet werden können

www.walk3.com

Almut Friederike Kaspar
Journalistin

mittelstand@bvmw.de



Anzeige

Mitglieder werben Mitglieder.

Eine Mitgliedschaft, viele Vorteile!

- Persönliche Mitgliederbetreuung nach dem Motto „von Unternehmern, für Unternehmer“
- Über 300 regionale Ansprechpartner vor Ort, Verbindungsbüros in Europa und der Welt
- Politische Interessensvertretung und überparteiliche Verbandsarbeit
- Regionales, nationales und internationales Networking auf über 2000 Veranstaltungen
- Expertenräte und Kommissionen zu allen wichtigen mittelstandsrelevanten Themen
- Monatlicher Newsletter und zweimonatliches Verbandsmagazin „DER Mittelstand“
- Exklusive Informationen zu allen wichtigen unternehmerischen Belangen
- Beste Einkaufskonditionen bei rund 40 Vertragspartnern bundesweit, zusätzlich regionale Vorteile.



**Wählen
Sie Ihre
Prämie.**

eine Flasche
Champagner



Cadooz-Gutschein
im Wert von 75 €

Bitte senden Sie Ihre Empfehlung mit Wunschprämie sowie postalischer Adresse und E-Mail des Werbers und des Geworbenen an: servicegesellschaft@bvmw.de

Aktion endet am 31.12.2021.