

Wunsch und  
Wirklichkeit

# 20 JAHRE E-COMMERCE

Harald Meier - Head of Marketing & E-Commerce - Pollin Electronic GmbH

„DIE REINSTE FORM DES WAHNSINNS  
IST ES, ALLES BEIM ALTEN ZU LASSEN...

...UND GLEICHZEITIG ZU HOFFEN,  
DASS SICH ETWAS ÄNDERT.“

*(ALBERT EINSTEIN)*

# HERAUSFORDERUNG IM E-COMMERCE

- Extreme Konzentration auf die **Big-Player**
- **Erwartungshaltung** der Kunden (Amazon)
- E-Com Verständnis und **Mut zur Veränderung**
- **Markttransparenz**
- Rechtliches & Datenschutz
- **Komplexität** und **Geschwindigkeit**

# WELCHE KUNDEN SPRECHEN SIE AN?

## B2D

- Händlershop mit individuellen Preisen
- E-Procurement
- Drop-Shipping / Logistikdienstleistung
- Spezielle Dokumente & Stammdaten

## B2B

Großkunden

- B2B-Shop
  - individuelle Preislisten
  - Nettopreise
- E-Procurement
- Spezielle Dokumente & Stammdaten

## B2B

Kleinkunden

## B2C

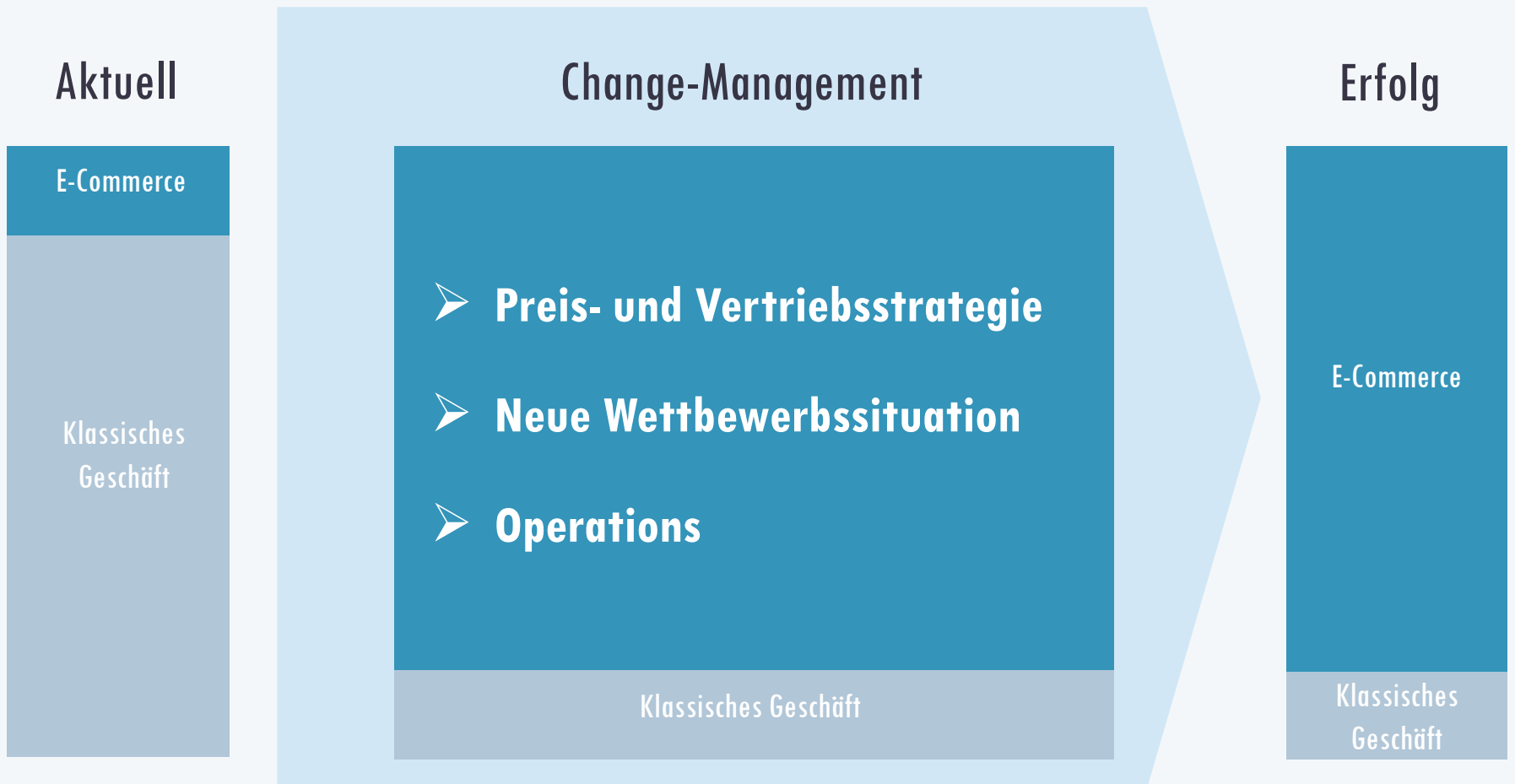
- E-Commerce

Anonymität & Transparenz

**MARKT- UND PREISTRANSparenZ...**

**...ZwINGEN GESCHÄFTSMODELLE IN  
EINE MASSIVE VERÄNDERUNG**

# ERFOLGREICHES E-COMMERCE BEDINGT EIN ANGEPASSTES GESCHÄFTSMODELL



# ERFOLGSFAKTOREN E-COMMERCE

## Technik / Usability

- Usability & schnelle Ladezeit
- Sichere Technik / Cyber-Sicherheit
- DSGVO / Consent-Mgmt.
- Ständige Weiterentwicklung

## Online-Produktangebot

- USP / **Positionierung** im Markt
- Produktauswahl und Preis
- Mehrwerte / Kundenfeedback
- Content / Text & Bild

## Marketing

- Personalisiertes Online-Marketing
- Cross- & Up-Selling
- Ständige Verbesserung / Testing
- Hohe Zahlenorientierung
- Tracking & Sales Attribution

## Operations

- **Personal**
- Logistik (Lieferzeit, Retourenabw.)
- Kundenservice & Erreichbarkeit
- Digitalisierte Prozesse (Stammd., Auftrag...)
- Kostenmanagement aufgrund gesunkenen Margen

## Algorithmen entscheiden

- Preis
- Produktplatzierung und Recommendations
- Personalisierung / Zeitpunkt und Zielkunde
- Disposition bei Bestandsartikeln
- Zahlungsausfall uvm.

ES GEHT UM MEHR ALS NUR EINEN ONLINE-SHOP

# STEIGENDE KOMPLEXITÄT UND VIELFÄLTIGKEIT

## Technik

### Desktop & Tablet

Chrome  
Firefox  
Safari  
Edge  
weitere

### Mobile

Devices  
Browser  
Displaygrößen

### App

iOS  
Android

### Multichannel / Kundenservice / KAM

Shop Besuch  
Promotions  
KAM-Tools  
Offene Warenkörbe

Basis für den Erfolg

## Sales

### Onsite

Usability & Content  
Personalisierung  
Recommendation  
Banner / Promotions

### SEA

Google & Bing

Brand / Non-Brand  
Shopping  
DSA...  
Landingpages

### SEO

Technik  
Content  
Links On- & Offsite  
spez. Anforderungen

### Newsletter

Gewinnung Abos  
Personalisierte E-Mails  
Trigger-Mails  
Frequenz / Kampagnen

### Weitere

Preissuchmaschinen  
Affiliate-Marketing  
Tracking  
Retargeting & Display  
Social

Gerechte Attribution



**SIE STEHEN IM DIREKTEN  
WETTBEWERB MIT DEN BESTEN UND...**

**...EIN GUTER SHOP WIRD NICHT AUSREICHEN,  
UM KUNDEN ZU ÜBERZEUGEN**

# MARKTPLÄTZE

Sie können mit **Marktplätzen**  
ein **Geschäft aufbauen** oder  
Umsätze **mitnehmen...**

...aber **nicht** ihr **Geschäft**  
**langfristig darauf aufbauen**

**VIELEN DANK FÜR IHRE  
AUFMERKSAMKEIT**

