



## Checkliste

# Online-Shop erstellen - Welche Fragen solltest Du Dir vorab stellen?

---

### Allgemein

#### Warum ein Online-Shop?

Dies ist natürlich die wichtigste Frage, was möchte ich mit meinem Shop überhaupt erreichen? Prozesse digitalisieren? Sollen meine Kunden in Zukunft direkt bestellen können? Möchte ich die Reichweite erhöhen, eine neue Kundengruppe und / oder eine Zielgruppe gewinnen?

#### Welches Alleinstellungsmerkmal habe ich gegenüber meinen Mitbewerbern?

Wenn ich ein Produkt anbiete, welches bereits zu tausenden in allen Varianten auf dem Markt vorhanden ist, muss ich mir bewusst sein, dass ein sehr hoher Invest im Bereich Online Marketing notwendig ist, um überhaupt wahrgenommen zu werden. Hier empfiehlt es sich auf jeden Fall, die Kostenplanung frühzeitig in den Businessplan mit einzubinden. Habe ich ein Alleinstellungsmerkmal im Portfolio ist es ganz besonders wichtig, dies auch deutlich als Mehrwert für den Kunden hervorzuheben.

#### Wer sind überhaupt meine Mitbewerber?

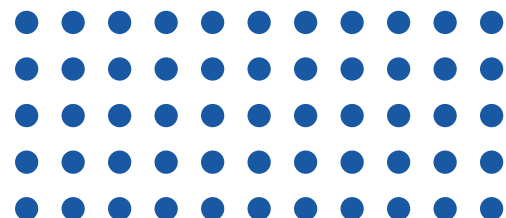
Gibt es mein Produkt bereits auf dem Markt? Wenn ja, wie bieten meine Mitbewerber dieses Produkt an. Ist das Produkt ausreichend präsentiert? Wie liege ich preislich gegenüber der Konkurrenz? Womit kann mein Produkt gegenüber den Mitbewerbern punkten?

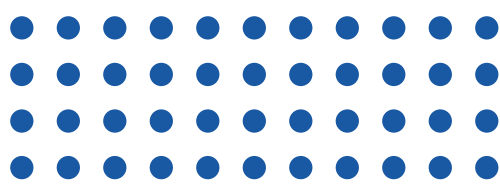
#### Wer ist meine Zielgruppe? B2B vs. B2C vs. beides?

Je nach Zielgruppe entstehen unterschiedliche Anforderungen für meinen Shop. Bei B2B müssen gewisse rechtliche Aspekte wie z.B. Rechnung inkl. Umsatzsteuer usw. abgebildet werden. Möchte ich dem Kunden zusätzliche Möglichkeiten wie Bestelllisten und wiederkehrende Bestellungen anbieten hat dies direkte Auswirkungen auf die Wahl des Shopsystems und des notwendigen Lizenzmodells. B2C benötigen eine andere Ansprache als ein B2B-Kunde, hier sollte auf jeden Fall das Einkaufserlebnis im Vordergrund stehen. Innerhalb der Zielgruppe B2C gibt es aber noch weitere Abstufungen, je nach Produkt oder Kategorie. Eine Frau im besten Alter möchte anders angesprochen oder erwartet eine andere Produktpräsentation als ein 18-jähriger.

#### Wie soll mein Shop heißen? Ist der Name geschützt?

Ganz wichtig bei der Wahl des Namens ist die Recherche ob der Name oder Markenname noch frei ist, oder ob dieser bereits vergeben ist. Hier unterstützen zahlreiche Rechtsanwälte bei der Markenmeldung und / oder Beratung zum Markenrecht. Dies sollten Sie frühzeitig in ihre Projekt- und Budgetplanung mit einplanen





## Wie viele Artikel / Kategorien möchte ich anbieten?

Wie komplex wird mein Shop? Biete ich eine Vielzahl von Produkten mit unterschiedlichen Varianten (Größen / Farben usw.) an. Gerade am Anfang können wir nur empfehlen sich auf das Kerngeschäft zu konzentrieren und eine genaue Definition der Artikel für den Launch zu erstellen.

## Möchte ich meinen Shop selbstständig pflegen können? bzw. wie viel Zeit kann ich mir für die Implementierung und dem laufenden Betrieb nehmen? Benötige ich hierfür externe Unterstützung?

Ein Onlineshop benötigt ihre volle Aufmerksamkeit, nur dann besteht die Chance auf Erfolg. Wenn Sie nur sehr wenig Zeit für die Implementierung / Pflege haben müssen Sie versuchen die Kapazitäten intern abzudecken oder sich externe Unterstützung bei der Agentur zu suchen. Oftmals verzögern sich Shop-Projekte massiv, wenn z.B. keine Produktbilder vorliegen, die Produkttexte nicht stimmig sind, Produktbilder keinen einheitlichen Look haben usw.

Auch muss Ihnen bewusst sein, dass ein Shop niemals fertig. Regelmäßige Wartung und Pflege am System und den Artikeln ist notwendig um das Einkaufserlebnis stetig zu verbessern und neue Kunden zu gewinnen. Hierzu gibt es natürlich eine Vielzahl an Maßnahmen, die z.B. mit einem ERP-System auch automatisiert werden können.

## Gibt es bereits einen CI- oder Styleguide?

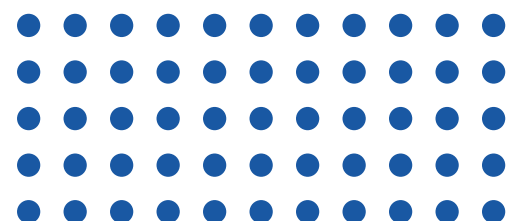
Gibt es bereits ein Logo / bzw. eine genaue Definition für Schriften und Farben? Wenn nicht, muss dies in der Konzeptionsphase berücksichtigt werden. Ein einheitlicher Look ist dringend notwendig. Die Absprungraten bei Shops mit unsauberem Design sind heutzutage sehr hoch. Mit einem durchgängigem und einheitlichen Look kann ich beim Kunden auch bereits für eine gewisse Sicherheit und Seriosität sorgen.

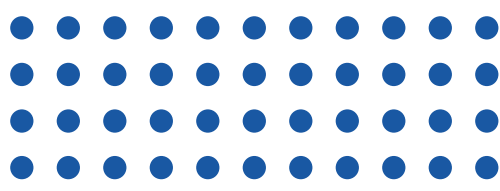
## Habe ich mich schon über die rechtlichen Themen informiert?

Das rechtliche Thema ist mit eines der wichtigsten. Themen wie Impressum, Datenschutzerklärung, AGB und unzulässige Klauseln, Widerrufsrecht, Preise und Lieferzeiten, Produktfotos und Produkttexte müssen geprüft und bestenfalls von einem Rechtsanwalt abgesegnet werden. Hierzu können wir Ihnen gerne Unterstützung bei der Auswahl bieten. Es gibt mittlerweile eine Vielzahl von Möglichkeiten auch hier die Kosten im Rahmen und dennoch eine optimale Beratung zu erhalten.

## Wie kommen die User auf meinen Shop?

Mit der Erstellung eines Shops ist es leider nicht getan. Nur wenn genügend User ihren Shop auch finden, können Sie Verkäufe erreichen. Je nach Produkt liegt die Conversionrate bei 1-3 %. Also von 100 Usern kaufen nur 1-3 auch wirklich bei Ihnen ein. Wenn Sie nun mehrer Verkäufe am Tag einplanen, können Sie sich selbst ausrechnen wie viele User sie benötigen. Hier hilft ein Zuführungskonzept. Also wo spreche ich meine Zielgruppe an und mit welchen Maßnahmen bekomme ich diesen in meinen Shop. Hier hilft natürlich auch die Kombination aus verschiedenen Maßnahmen wie Sonderaktionen (temporäre Aktionen / künstliche Verknappung usw.)





## Was will ich mit meinem Shop erreichen? Stichworte Customer Experience / Content Marketing / Content & Commerce

Je nach Komplexität des Produktes oder der Zielgruppe muss ich mein Produkt genau beschreiben und erlebbar machen, Stichwort Content & Commerce. Ein Produkt oder Produktkategorie mit der richtigen Ansprache / Bildern / Erlebniswelten wird sich auf jeden Fall besser verkaufen als nur ein kurzer Beschreibungstext. Wie wende ich das Produkt an, gibt es Expertenmeinungen usw. Hierzu gibt es eine Vielzahl an Möglichkeiten der Produktpäsentation.

## Technik

### Welche Infrastruktur ist notwendig oder muss eingebunden werden?

Hast Du bereits ein ERP- / WaWi- oder Kassensystem im Einsatz? Wenn ja, welche Informationen müssen automatisch ausgetauscht werden? Schnittstellen sind meist recht teuer und aufwendig, habe ich dafür noch Platz in meinem Budget? Wenn nein, stellt sich die Frage der Systemauswahl. Welche Funktionen benötige ich usw.? Wir unterstützen gerne bei der Auswahl des richtigen Systems.

### Ist die Domain noch frei?

Dies lässt sich relativ einfach über verschiedene Domains wie z.B. www.united-domains.de überprüfen. Wichtig ist hierbei auch ähnliche Schreibweisen oder internationale Endungen mit einzuplanen. Je nach Hostingpaket sind auch bereits eine oder mehrere Domains inklusive.

### Welche Zahlungsarten möchte ich anbieten?

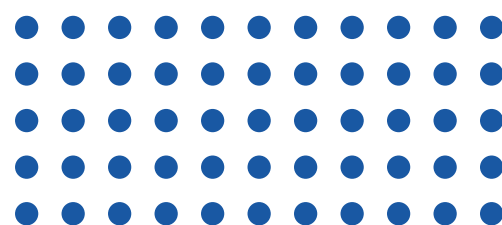
Es gibt mittlerweile eine Vielzahl an Zahlungsarten. Welche möchte ich meinen Kunden anbieten. Es gibt mittlerweile Anbieter die fast alle Zahlungsanbieter unter einem Anbieter bündeln. Hier sind aber die genauen Abrechnungsmodalitäten für die Gebühren und Provisionen zu prüfen.

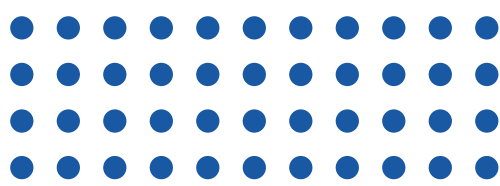
### Möchte ich noch weitere Verkaufskanäle (Social Media / Amazon / EBay usw.) bedienen?

Moderne Shopsysteme ermöglichen die Anbindung auch an externe Verkaufskanäle. Somit können Sie ihre Produkte nicht nur im eigenen Shop, sondern auch auf externen Verkaufsplattformen anbieten. Auch Vergleichsportale usw. lassen sich mit aufnehmen. In Abhängigkeit der Zielgruppe und des eigenen Portfolios ist es notwendig einen genauen Plan zu entwickeln wo ich meine Produkte verkaufen möchte. Denn die Einrichtung und die Kanäle kosten natürlich Geld

### Welchen Versanddienstleister möchte ich nutzen, oder direkt in das System einbinden?

Wie versende ich meine Ware, wo lagert diese und wie Sorge ich für eine Synchronisation? Nichts ist schlimmer als das ein Produkt nach dem Kauf nicht lieferbar ist. Hier hilft ein WaWi oder ein ERP-System. Die Auswahl der möglichen Versanddienstleister kann im Shop und im externen System eingerichtet werden. Hierzu sind auch direkte Anbindungen an z.B. DHL möglich.





## Wo hoste ich, bzw. wo sollen in Zukunft meine Daten liegen?

Bei der Auswahl des Hosting Anbieters ist es sehr wichtig die Ziele meines Shops zu kennen. Wenn sehr viele Verkäufe in kurzer Zeit anstreben möchte (was natürlich jeder möchte) ist ein Hosting notwendig, dass flexibel auf die Userzahlen reagieren kann. Nichts ist schlimmer, als wenn ihr Shop nicht erreichbar ist oder die Ladezeiten zu lange dauern. Auch bzgl. DSGVO ist die Auswahl des richtigen Anbieters sehr wichtig. Wie wichtig sind Ihnen Ausfallsicherheiten usw.

## Benötige ich entsprechende Zertifikate?

Es gibt eine Vielzahl an Zertifikaten, die für einen Onlineshop erworben werden können. Diese dienen dazu, dem Potenziellen Käufer die Sicherheit zu geben, dass der Einkauf in ihrem Shop auch sicher ist. Hier sollten Sie sich genau informieren, da die Preisspannen sehr groß sind, von z.B. Trusted Shop bis zu einem TÜV Zertifikat.

Haben Sie auf alle Fragen bereits die passenden Antworten? Wahrscheinlich nicht...

Die Digitalagentur codeblick verfolgt den gesamtheitlichen und agilen MVP-Projektansatz und möchten mit Ihnen Zusammen alle offenen Fragen und Themen beantworten bzw. erarbeiten. Was dies genau ist und wie Sie mit dem diesem Ansatz ihren Shop schnell und erfolgreich auf den Markt bringen können, sagen wir Ihnen gerne in einem Persönlichen und unverbindlichem Briefing Call.

