

Online-Shopping und -Marketing, CRM

Mike Nottebrock

Seminar „Web X.0“

Unter Leitung von:

Markus Strick & Wolfgang Gauss

20.11.2008

Online-Shopping und -Marketing, CRM

- **Online Shop-Systeme**
kommerzielle Lösungen / Open Source Lösungen
- **Shoppingkonzepte**
Community- / Erlebnis- / Versteigerung- / Rekursiv- / WinWin ...
- **Online-Marketing**
Werbemaßnahmen via Internet / Bannerwerbung, Suchmaschinen, etc. ...
- **CRM - Was ist das?**
Ganzheitlichkeit / Relationship Equity-Methode / Langfristigkeit
Ausgangslage und Ziel / Effizienz / Datenmanagement
- **CRM in der Praxis - Shopsysteme**

Kommerzielle Online-Shop Lösungen

- e. g. „aconon“ / „ePages“ / „Powergap“
es gibt unzählige Lösungen
- **Hosting üblicherweise beim Anbieter**
Preise von wenigen Euro bis mehreren hundert, je nach Leistungsumfang
- **Vorteile**
Anwender müssen sich nur um Contentpflege kümmern
Hosting meistens auf leistungsstarken root-Servern / hohe Trafficrate
Betreiber garantiert Sicherheit und liefert modular versch. Zahlungsarten
übernimmt ggf. sogar Logistik und Distribution
Gute Systeme liefern Schnittstellen zu externen Datenbanken
- **Nachteile**
oftmals sehr teuer / Anbindung an CRM-Systeme oft nicht gewährleistet
vorhandene Templates meistens wenig ansprechend / keine dynamische
Einbettung von Extensionen möglich

Beispiel: ePages

- namhafte Hostingpartner
- ständige Weiterentwicklung
- International einsetzbar
- Portalanbindung
Warenwirtschaftsanbindung
eBay / SAP Business One

The screenshot shows the Schiesser Med website. At the top left is the logo 'SCHIESSER MED' in a blue rounded rectangle. Below it is a dark brown navigation bar with the word 'HOME' in white. The main content area is split into two columns. The left column has a blue header 'Kollektion' and lists 'Sensitive Pure' and 'Sensitive Silver'. Below that is another blue header 'Infothek' followed by a list of links: 'Produktinformationen', '> Sensitive Pure', '> Sensitive Silver', 'Größentabellen', 'Pflegehinweise', 'Zertifikate', 'Klinische Studie', 'Bestellhinweise', 'FAQ's', and 'Schiesser AG'. The right column features the brand name 'SCHIESSER MED' in large letters, followed by a descriptive sentence: 'Speziell für Menschen mit sehr trockener Haut oder... Sensitive Pure und Sensitive Silver entwickelt. Da...'. Below the text is a photograph of a man in a white long-sleeved shirt, with the word 'SENSITIVE' and 'DAMEN | HERREN | M...' overlaid on the image.

OpenSource Lösungen

- **XT- / OS-Commerce / CRE Loaded / Zen Cart / Magento**
- **Provider Spezifikationen**
PHP5x / MySQL5x (Standard)
- **Vorteile**
OpenSource kostet nichts / wird ständig v. Community weiterentwickelt
i. d. R. sehr leicht zu installieren, leichte Installation v. Extensionen
- **Nachteile**
kein Support / keine Garantie, wenn das System falsch bedient wurde
Ein bißchen Übung im Umgang mit Software Voraussetzung

Beispiel: OS Commerce

- stabile Umgebung
- einfache Installation
- einfache Handhabung

The screenshot displays the Eittings website, an online store for car accessories. At the top, a navigation bar includes links for 'Hauptseite', 'Neue produkte', 'Sonderangebote', 'Mein kundenkonto', and 'Kontakt'. The main header features the 'Eittings' logo with the tagline 'the best online store'. Below this is a large promotional banner for 'EXCLUSIVE SPARE PARTS' featuring a blue Bugatti sports car. The banner includes a 'New!' starburst and a 'click here' button. Below the banner, there are utility elements: a currency selector set to 'US Dollar', a language selector with flags for UK, Germany, and Spain, and a shopping cart icon showing 'Warenkorb: 0 Produkte'. The main content area is divided into two columns. The left column, titled 'KATEGORIEN', lists various car accessories such as Air Freshener, Cooling, Headliners, Battery Accessories, Dash Board Cover, Lighting, Bug Shield, Decals, Racing Novelties, and Bulk Hose. The right column, titled 'UNSER ANGEBOT', features two product cards. The first card shows a 'DIGITAL TIRE PRESSURE GAUGE' priced at '\$78.00' with 'Anzeigen' and 'In den korb' buttons. The second card shows a 'DOUBLE-DECKER CREEPER' with a price of '\$10.00'.

Shoppingkonzepte

- **Community-Shopping**
schutzgeld.de / guut.de / deutschlandklickt.de
- **Erlebnisshopping**
rabattschlacht.de
- **Auktion**
eBay

Shoppingkonzepte

- **Rekursiv**
demandr.de / sevgoo.com
- **Einfacher Online-Shop**
tchibo.de / Quelle.de / neckermann.de
- **„Win-Win“**
spreadshirt.net / mygall.net

Community-Shopping

- guut.de

Ein Produkt/ Tag

viel „Erzähl“ rund um's Produkt

Käufer kommentieren

Forum angeschlossen

The screenshot shows the guut.de website interface. At the top left is the logo 'guut.de' with the tagline 'Jetzt oder nie!'. Below the logo are navigation links: 'Mein Guut', 'Forum', 'Kontakt', 'Fragen und Antworten', and 'Alles über guut.de'. On the right, there is a green banner with a countdown timer 'nur noch: 04:05:44' and a red starburst saying 'Heute ist Mittwoch'. The main content area features two product listings. The first is 'Trivial Pursuit Disney' DVD games, showing the box art with Mickey Mouse and other Disney characters. The second is 'Risiko' board game, showing the box art with the title 'Risiko' and 'DAS GROSSE STRATEGIEPIEL DELUXE'. Below the product listings is a login section titled 'Anmelden' with fields for 'Username' and 'Passwort', a 'Login' button, and links for 'Passwort vergessen?' and 'Jetzt neu registrieren!'. At the bottom, there are three green buttons: 'eMail-Newsletter', 'SMS-Newsletter', and 'Weiterempfehlen'. A search icon and the text 'Weitere Abbildungen' are also visible. At the very bottom, there is a black bar with the text 'Meldungen von der Front'.

Erlebnis-Shopping

- rabattschlacht.de

Jeder Teilnehmer senkt den Preis eines Produktes um 0,50€/ min

Nervenkitzel im Vordergrund

Shop verdient an „Aufdecken“

The screenshot shows the website 'rabattschlacht.de' with the tagline 'bevor ich kauf, deck ich auf!'. The main product is a Canon IXUS 80 IS Digitalcamera, 8 Megapixel (silber). The current price is hidden behind a '???' button, with a previous price of 139,00€ and a lowest price of 84,26€. The product is 38% available. Below the main product, there is a section 'Folgende Rabattschlachten laufen gerade!' featuring three other products: a digital picture frame (HAMA, 8 Zoll) with 88% availability, Philips IMAGEO LED Candle 12er-Set with 87% availability, and a Sony DAV-DZ 260 HD camera.

rabattschlacht
bevor ich kauf, deck ich auf!

Home So geht's!

Produkt des Tages

Canon IXUS 80 IS Digitalkamera, 8 Megapixel (silber)

statt ~~139,00 €~~
bisheriger Tiefstpreis **84,26 €**
inkl. MwSt
versandkostenfrei

Verfügbar: 38%

Aktueller Preis: **???**

[Detailsansicht](#) [Preis aufdecken](#)

Folgende Rabattschlachten laufen gerade!

Produkt	Verfügbarkeit	stark	Tiefstpreis
Digitaler Bilderrahmen von HAMA, 8 Zoll	88%	85,00 €	51,29 € inkl. MwSt versandkostenfrei
Philips IMAGEO LED Candle 12er-Set	87%	110,00 €	84,93 € inkl. MwSt versandkostenfrei
Sony DAV-DZ 260 HD	Verfügba	220,00 €	Tiefstpr 146,10 vers

Auktion

- eBay.de

Der Höchstbietende ersteigert ein Produkt

Risiko liegt meist beim Verkäufer (Preisdumping)

The screenshot shows the eBay.de homepage with the following elements:

- Header:** eBay logo, user greeting "Hallo 9639vanessa! Nicht Ihr Mitgliedsname? [Einloggen](#)", and a "Kaufen" button.
- Search Bar:** A search input field with a dropdown menu set to "Alle Kategorien" and a "Finden" button.
- Navigation:** A menu with "Kategorien", "Motors", and "Shops".
- Interessant für Sie?:** A grid of 12 small product images including motorcycle magazines, a ring, a motorcycle, and Harley-Davidson merchandise. Below the grid is the text: "Für Artikeldetails einfach die Maus über die Bilder bewegen."
- Herzlich willkommen bei eBay:** A banner with the text "Schön, dass Sie hier sind." and a red "Einloggen" button.
- Die bunte eBay-Welt:** A promotional area featuring "Marken-Notebooks" (with a laptop image), "LED-Tuning" (with car lights), and "Top-Beamer" (with a projector).
- Kategorien:** A list of product categories including Antiquitäten & Kunst, Audio & Hi-Fi, Auto & Motorrad: Fahrzeuge, Auto & Motorrad: Teile, Baby, Beauty & Gesundheit, Briefmarken, Bücher, Büro & Schreibwaren, Business & Industrie, Computer, Feinschmecker, and Film & DVD.
- LETZTER FLUG VON TEMPELHOF:** A banner for a flight ticket, stating "JU52-Ticket für 1.004 Euro verkauft" with a "Hier" button.

„Rekursiv“

- **demandr.de**

Der Käufer beschreibt, was er kaufen möchte

Der Anbieter reagiert entsprechend

The screenshot shows the DemandR website interface. At the top, there is a language selector set to 'Deutsch', a link to report a bug or suggestion, and a login link. The main header features the DemandR logo and a search bar with the text 'Nachfrage Suchbegriff' and 'in allen'. Below the header, a yellow banner reads 'Wunsch.Los.Glücklich' and 'Kaufen bei DemandR - Weitere Informationen'. A three-step process diagram is shown: 1. 'Sie erstellen eine Anfrage in 2 Minuten', 2. 'Sie erhalten persönliche Angebote', and 3. 'Sie wählen Ihr treffendes Angebot aus'. Below this, there are two buttons: 'Top 5 nach Besuchern' and 'Top 5 nach Angeboten'. The main content area is titled 'Top 5 DemandR Scouts' and lists five users with their registration and invitation statistics:

Scout Name	Registrierungen	Einladungen
ukossol	15	2
falconcastle	6	12
omet	5	3
martin10	3	1

A yellow callout box on the right side of the list says: 'Jetzt DemandR SCOUT werden!' and 'Jetzt kostenlos mitmachen und Vorteile nutzen!'.

Klassischer Shop

- quelle.de

Nutzer weiß, was ihn erwartet

The screenshot shows the homepage of the online retailer Quelle. At the top, there is a navigation bar with the 'Quelle' logo and a search field. Below the navigation bar, a large banner reads 'Quelleleuja! Himmlische Angebote zu Jubelpreisen!' (Quelleleuja! Heavenly offers at jubilee prices!). The main content area features a 'Q des Tages' (Deal of the Day) section with a 3-day Creolenset for €9.99 (reduced from €14.99). A progress bar indicates that 64% of the stock is still available. To the right, there is a promotion for a 10 Euro gift certificate. At the bottom, there is a 'Zum Shop' button and a section for 'Aktions-Preis Madison Damenuhr' (Action Price Madison Women's Watch) for 24.99.

„Win-Win“

- mygall.net

Vertreiber eines oder mehrer Artikel nutzt Kreativität der User

Vertreiber verdient am Produkt

Nutzer verdient an Bildrechten

The screenshot shows the mygall.net website, which is a platform for art prints. The header features the logo "mygall Kunstdruck 2.0" and navigation tabs for "ENTDECKEN", "VERKAUFEN", "GESTALTEN", and "COMMUNITY". A search bar is located on the right. Below the header, a banner reads "Ihre Galerie-Community für Kunstdrucke und FineArtPrints!". Three main product categories are highlighted: "FineArtPrint" (Individual art prints), "Poster" (Modern and high-quality posters), and "Grußkarten" (Greeting cards). A red banner below these categories says "Legen Sie Auswahl unter den Baum. Der mygall-Geschenkgutschein". At the bottom, there is a "Entdecken" (Discover) section with a sidebar menu containing "Thema", "Stil", "Schaufenster", "Farbrad", and "Geschenke". The main content area displays two large art prints: one with a blue and white abstract design and another with a colorful, abstract composition.

468 X 60 FULL BANNER

234 X 60
HALF BANNER

Online-Marketing

- **Website**
zentraler Bestandteil des Online-Marketings
Kundenbindung, Werbung, Neuacquire
- **Bannerwerbung**
Werbebanner, Pop-ups, Layer Ads
Ziel: Aufmerksamkeit für eine Dienstleistung oder Produkt
- **Online Video Advertising**
vergleichbar mit Werbespots (e.g. hobnox)

120
X
240

VERTICAL
BANNER

125
X
125
SQUARE
BUTTON

120 X 60
BUTTON

120
X
600

SKY-
SCRAPER
BANNER

Online-Marketing

- **Suchmaschinen-Marketing**

Ziel: Gute Auffindbarkeit der bestehenden Webpräsenz

Mittel: Bezahlte Suchmaschinenergebnisse (bspw. Google AdWords)

Suchmaschinenoptimierung (SEO)

- **E-Mail-Marketing**

Vgl. Direktmarketing im Offline-Bereich, Postversand von Werbemitteln

Unterliegt rechtlichen Bestimmungen an die sich nicht alle halten (Spamming)

- **Affiliate-Marketing**

Nutzung von Werbepartnern als Netzwerk

- Pay per Lead: Generierung des Kundenkontaktes (Newsletter-Verteiler)
- Pay per Click: Klick auf Website oder in Email
- Pay per Sale: Zahlung nach Verkauf, Tracking bis zum Vertragsabschluss

CRM - Was ist das?

- **Customer Relationship Management**
Baustein des Beziehungsmarketings
- **Dokumentation und Verwaltung v. Kundenbeziehungen**
Ziel: Begünstigung des Unternehmenserfolges

CRM - Was ist das?

- **Customer Relationship Management**
Baustein des Beziehungsmarketings
- **Dokumentation und Verwaltung v. Kundenbeziehungen**
Ziel: Begünstigung des Unternehmenserfolges
- **Customer Life Cycle**
Betreuungsmaßnahmen je nach Nutzerstatus möglich
vom anonymen Nutzer zum gebundenen Kunden mit detailliertem Profil

Customer Life Cycle Modell

- **Anonymer Nutzer**
Erstbesucher, Cookies werden ggf. angelegt
- **Erkannter Nutzer**
Cookies werden ausgelesen:
„Der Nutzer war schon einmal bei uns oder einem Partner“
- **Registrierter Nutzer**
Nutzer hat wenigstens seine Mailadresse hinterlegt: Er zeigt sich interessiert

Customer Life Cycle Modell

- **Registrierter Kunde**

Der Nutzer hat etwas gekauft, das Profil beinhaltet die wesentlichen Daten etwa zur Lieferung oder für konkrete Rückmeldungen

- **Kunde mit Profil**

Der Kunde ist häufiger Besucher, kauft ggf. mehrmals, Vorlieben des Kunden erkennbar

- **Loyalere Premiumkunde**

Nutzt das Angebot regelmäßig, hohe Affinität, hohe Preis- und Fehlertoleranz, Niedrigere Investitionen notwendig, um den Kunden zu halten
Geringste Schwelle zur Wiedererwägung

Ganzheitlichkeit

- **Kundenbeziehungen unterliegen komplexen Einflüssen**
Qualitativer und Quantitativer Bereich
- **Qualitativ**
strategische Vorbereitungen und Maßnahmen zur Beziehungsförderung
inhaltliche Gestaltung und Planung v. Platzierungen werbender Maßnahmen,
„weiche Faktoren“: Grundstimmung
- **Quantitativ**
betriebswirtschaftliche Instrumentarien
e. g. Telefonmarketing, Benefits, Newslettersysteme

Relationship Equity-Methode

- **Method. Vorgehen z. Analyse best. Kundenbeziehungen**
Zielorientierter Auf- und Ausbau zur Verbesserung der Kundenbeziehungen
Erhöhung der Wertschöpfung

Langfristigkeit und Dynamik

- **Entwicklung kundenspezifischer Lösungen**
Ziel: Erhalt der Kundenzufriedenheit
Einbeziehung sämtlicher Kanäle
Kunde hat „Mitspracherecht“
Ziel: Identifikation mit dem Unternehmen, emotionale Bindung

Ausgangslage und Ziel

- **Deckung der Kosten und Erzielung eines Gewinns**
Neukundengewinnung oder Bestandskundenwahrung
Umsatzpotential vorhanden oder ausgeschöpft
Kostendruck, hohe Eigendynamik im Wettbewerb
Ziel: Langfristige Bindung an das Unternehmen

Betriebswirtschaftliche Effizienz

- **Nutzen einer hochwertigen Kundenbeziehung:**
 - Preisbereitschaft nimmt zu
 - erhöhte Fehlertoleranz
 - erhöhtes Umsatzvolumen
 - Kenntnis der Bedürfnisse: Betreuungsaufwand nimmt ab

Datenmanagement / CRM

- **basiert auf umfangreichen Datensätzen der Kunden**
 - je umfangreicher desto besser
 - keine Garantie für erfolgreiches Beziehungsmanagement

Datenmanagement: Persona

- **Erstellung allgemeingültiger Nutzerprofile**

Ausgangslage: Repräsentative (angenommene) Persönlichkeitsprofile in Bezug auf Alter, Berufsstand, Familienstand, Internetaffinität, Kaufgewohnheit

Ziel: Vereinfachung der Einordnung eines Kunden in einen bestimmten Kundenkreis mit wahrscheinlichen Bedürfnissen und Wünschen

CRM in der Praxis - Shopsysteme

- **Kundendaten werden gezielt gesammelt**
 - Was sucht der Kunde?
 - Welche Zielgruppe hat welche Präferenzen?
 - Gezielte Abstimmung von Newslettern auf jeweilige Nutzer
 - Gezielte Empfehlung bestimmter Produktgruppen
 - Benefits / Geschenke / Rabatte
 - Geburtstagsgrüße in Kombination
 - Gezieltes Telefonmarketing
 - Feedbackformulare („Waren Sie zufrieden? / ...“)

Danke.

Mike Nottebrock

Seminar „Web X.0“

Unter Leitung von:

Markus Strick & Wolfgang Gauss

20.11.2008