marketinginternetservice

Erfolgreiche Online-Shops

Mit der richtigen Strategie und den richtigen Werkzeugen

Wie bekomme ich heraus, welches Shopsystem ich benötige?

#OTMR15

19.06.2015

marketinginternetservice

Referent
Thomas Wagner

Diplom-Wirtschaftsingenieur (FH)

Inhaber/Gesellschafter Online Marketing Agentur

www.mi-service.de

<u>Womit beschäftige ich mich den ganzen Tag?</u>

- Konzeptionelles Marketing / Online Marketing
- Technisches SEO/ Onpage SEO
- Automatisierung im OM/SEO
- Webanalyse

Ein kurzes Interview zu mir gibt es hier:
http://farbwolke.de/le-view-mit-thomas-wagner/

HSB AKADEMIE
Dozent Online Marketing Manager

KREATIVES LEIPZIG
Vorstand Kreatives Leipzig e.V.

Worum es heute geht

1. Was gibt es für Typen von Shopsystemen?
2. Was sind Entscheidungsgrundlagen?
3. Was muss ein guter Onlineshop können?
4. Sind Shoppingplattformen eine Alternative?
5. Shopsysteme in der Kurzvorstellung.
6. Fragen und Antworten

Vorweg! Warum das wichtig ist.

Anruf potentieller Kunde:

„Wir erstellen gerade einen Online Shop. Wir haben jetzt einen Vertrag mit einer Firma, aber das klappt irgendwie nicht.“
(tatsächlich 2009 so geschehen).

Danach gab es für viele Jahre viel Arbeit sowohl für mich als auch für den Kunden.

Knapp 4,3 Millionen Eur Umsatz und knapp 1 Million Euro zusätzlicher Deckungsbeitrag in 4 Jahren nur mit dem Onlineshop!

marketinginternetservice

1

Was gibt es für Typen von Shopsystemen?

Was gibt es für Typen von Shopsystemen?

I. KOSTEN Kostenlos

Das Shopsystem ist laut seiner Lizenz kostenlos.
Hier spielen Lizenzen wie „**GNU General Public License**“ sowie „**Open-Source-Software**“ eine Rolle

open source initiative®

Open Source
http://de.wikipedia.org/wiki/Open_Source

GNU General Public License
http://de.wikipedia.org/wiki/GNU_General_Public_License

Was gibt es für Typen von Shopsystemen?

I. KOSTEN Kostenlos

Aber…

… oft nur 1 Variante kostenlos

… oft auf bestimmte Anzahl an Produkte oder Transaktionen beschränkt

… oft kein oder nur rudimentärer Support

Was gibt es für Typen von Shopsystemen?

I. KOSTEN Kostenlos

- Die Integration in die eigene Systemarchitektur ähnlich komplex wie bei Kauflösungen
- IT Know-how notwendig
- Unterstützung durch Hersteller UND Community möglich
- Oft schon viele Bausteine vorhanden. Qualität aber schwer einschätzbar.
- Risiko in der Weiterentwicklung
- Performance- und Skalierbarkeit nicht immer gegeben.

Was gibt es für Typen von Shopsystemen?

I. KOSTEN Kostenpflichtig (Enterpriselösung/Kauflösung)

Unterschieden wird hier nach:

- Einmalkosten (Lizenz, Staffelungen möglich)
- Wiederkehrende Kosten (Monatlich, Jährlich, Umsatzabhängig)

Hinzu kommen oft Kosten für:

- Support
- Updates

Was gibt es für Typen von Shopsystemen?

I. KOSTEN Kostenpflichtig (Enterpriselösung/Kauflösung)

- Software kommt mit allen Basisfunktionen von einem Hersteller
- Oft mit kleinem Budget Anpassung möglich
- Oft gute Anpassung auf größere Geschäftsmodelle (Internationalisierung, Multichannel, B2B/B2C) gegeben

- Integration meist durch den Anbieter oder zertifizierten Dienstleister

marketinginternetservice

Was gibt es für Typen von Shopsystemen?

I. KOSTEN Rechenbeispiel

	Kostenlos	Jährliche Lizenz	Umsatzabhängig
Startinvestition	0 €	1.200 €	0 €
Jahr 1	1.200 €	1.200 € + 1.200 €	1.800 €
(20.000 Eur Umsatz)	(Support, Technik, etc.)	(Lizenz) + (Support, …)	(9% Umsatzbeteiligung)
Jahr 2	3.600 €	1.200 € + 3.600 €	7.200 €
(80.000 Eur Umsatz)	(Support, Technik, etc.)	(Lizenz) + (Support, …)	(9% Umsatzbeteiligung)
Jahr 3	5.000 €	1.200 € + 5.000 €	9.000 €
(180.000 Eur Umsatz)	(Support, Technik, etc.)	(Lizenz) + (Support, …)	(5% Umsatzbeteiligung)
Jahr 4	4.000 €	1.200 € + 4.000 €	8.400 €
(120.000 Eur Umsatz)	(Support, Technik, etc.)	(Lizenz) + (Support, …)	(7% Umsatzbeteiligung)
Summe	13.800 €	19.800 €	26.400 €

Was gibt es für Typen von Shopsystemen?

I. KOSTEN Rechenbeispiel

Ist nun der kostenlose Shop billiger?

Welche Kosten spielen noch eine Rolle:

- Programmierung/ Anpassung
- Schulung
- Tägliche Prozesse
- Externe Abwicklung von Prozessen

Was gibt es für Typen von Shopsystemen?

II. HOSTING Selber hosten

- Die Software und alle Daten liegen auf meinem Server
- Volle Kontrolle über den Prozess

Aber:

- Man ist auch für alle Probleme zuständig
- Support beschränkt sich oft auf Software, nicht auf Hardware
- Sicherheit muss selber gewährleistet werden.

Was gibt es für Typen von Shopsystemen?

II. HOSTING Fremdhosting

- Je nach Hoster, wenig Einfluss auf Technik + Software
- Updates/ Erweiterungen müssen immer abgestimmt werden

Aber:

- Technische Prozesse werden ausgelagert
- Support für Hardware und Technik aus einer Hand
- Sicherheit wird zu einem großen Teil vom Hoster gewährleistet.

Was gibt es für Typen von Shopsystemen?

II. Pflege Online

- System wird Online auf der Plattform gepflegt
- Zugriff immer und überall
- Beliebig viele Benutzer mit unterschiedlichen Rechten möglich
- Änderungen greifen sofort

Aber:

- System von außen auch angreifbar
- Backup-/ Fehlerstrategien kompliziert

Was gibt es für Typen von Shopsystemen?

II. Pflege Offline

- Arbeitsplatzlösung.
- Meist von einer begrenzten Anzahl User (oft nur 1 Arbeitsplatz) pflegbar
- Hohe Sicherheit, da Originaldaten vom Livesystem sauber getrennt

Aber:

- Zugriff lokal beschränkt
- Anbindung an andere Systeme kann komplizierter sein
- Interne Backup- und Sicherheitsstrategien wichtig (PC-Ausfall)

Was gibt es für Typen von Shopsystemen?

III. Ausprägung *Reines Shopsystem*

- Standalone Shopsystem
- Keine Integration in bestimme Fremdsysteme (WaWi, Payment, etc.)
- Oft höchst mögliche Anpassung in Funktion und Layout

Aber:

- Viele Prüfungen im Vorfeld nötig ob dieses System mit gewünschten Drittsystemen zusammen funktioniert
- Abhängig von Erweiterungen oder eigenem Programmierer

Was gibt es für Typen von Shopsystemen?

III. Ausprägung CMS mit Shopsystem-Erweiterung

- Nutzen eines bekannten (meist schon vorhanden) CMS
- Schnelle Lernkurve, gute Integration in schon bestehendes System

Aber:

- CMS oft in der Grundstruktur nicht als Shop gedacht
- Erweiterungen umfassen oft nicht alle gewünschten Features

marketinginternetservice

Was gibt es für Typen von Shopsystemen?

Fast alle angeboten Systeme sind Mischformen!

Was gibt es für Typen von Shopsystemen?

Beispiel I Software as a Service

- Dienstleistung aus einer Hand
- Keine eigene Investition in IT-Infrastruktur
- Keine/Kaum Programmierkentnisse nötig
- Hardware und Software werden durch Anbieter gepflegt
- Unterschiedliche Abrechnungsmodell möglich

- Bei schnellem Wachstum, schnell steigende Kosten

Was gibt es für Typen von Shopsystemen?

Beispiel II Eigenentwicklung

- Oft eigene Unternehmens-IT vorhanden
- Starke eigene Prozesse
- Spezialanforderungen

- Für Wettbewerber schwer zu kopieren
- Know-how bleibt im Unternehmen

- Intensive interne oder externe Ressourcen nötig
- Erfahrungen müssen mühsam gesammelt werden

marketinginternetservice

Was gibt es für Typen von Shopsystemen?

Beispiel III Full Service

- Auslagerung aller Prozesse an einen Dritten (Logistik, Shop, Kundenservice)
- Kaum Einfluss auf das Onlinegeschäft
- Hohe Vertrauensbasis nötig

marketinginternetservice

2

Was sind Entscheidungsgrundlagen

Was sind Entscheidungsgrundlagen?

I. Was wird verkauft?

- Physische Güter (Prozessabwicklung, nachgelagerter Versand)
- Digitale Güter (Rechtemanagement)

II. Welche Anpassungen sind nötig?

- Sind im gewählten Shopsystem alle Funktionen + Layout möglich
- Sind Anpassungen möglich (Aufwand, Kosten)

III. Welche Dienstleistungen benötige ich darüber hinaus noch?

- Beschaffung und Lagerhaltung gelöst?
- Versand und Kundenbetreuung gelöst?
- Abrechnung und Buchhaltung rechtssicher gelöst?

Was sind Entscheidungsgrundlagen?

IV. Welche Finanzierung ist geplant?

- (siehe Kostenbeispiel)
- Es gilt: Je individueller, desto höher die Startkosten

Hier gilt es, über eine bestimmte Laufzeit ALLE anfallenden Kosten sowie die Finanzierung dieser Kosten (Kredit, Finanzierung aus laufendem Prozess) zu rechnen.

Was sind Entscheidungsgrundlagen?

Keine LÖSUNG wird alle Anforderungen im ersten Schritt erfüllen!

Ziel

- Pflichtanforderungen müssen weitestgehend erfüllbar sein
- Kosten für Kannziele müssen identifiziert sein
- Spielraum für Veränderungen und Anpassungen muss vorahnden sein.

Was sind Entscheidungsgrundlagen?

Aktuelle IT- und Arbeitsprozesse werden NIE zu 100% passen !

Ziel

- Anzupassende Schnittstellen identifizieren und ermöglichen
- Prozessabläufe intern anpassen / Mitarbeiter schulen!
- Migration vorhandener Daten (alter Shop) klären

Was sind Entscheidungsgrundlagen?

Systeme OHNE monatliche Wartung sind unrealistisch!

Ziel

- Regelmäßige Wartung planen und kalkulieren
- Anpassungen und Systemupdates einplanen
- Datenbestandspflege
- Layout, Design und Rechtsanpassungen einplanen

Was sind Entscheidungsgrundlagen?

Hilfe bei der Auswahl zukünftiger Software:

a) Geplanter Onlineumsatz:

<10% (wenig relevant)	= SaaS, Full Service, Plattform
>10% (Unternehmensrelevant)	= Enterprise, Open Source mit Partner
100% (nur online)	= Enterprise, Opensource, Eigenentwicklung (wenn möglich inhouse)

Was sind Entscheidungsgrundlagen?

Hilfe bei der Auswahl zukünftiger Software:

a) Wachstumsrate für die nächsten 2 Jahre:

<10%	= SaaS, Full Service, Plattform
10% - 50%	= Enterprise, Open Source mit Partner
50% - 100%	= Enterprise, Open Source mit Partner, Eigenentwicklung
>100%	= Enterprise, Opensource, Eigenentwicklung (wenn möglich inhouse)

Was sind Entscheidungsgrundlagen?

Hilfe bei der Auswahl zukünftiger Software:

a) Unabhängigkeit identifizieren:

Software	0% ----------||---------- 100%
Anpassung	0% ----------||---------- 100%
Implementierung	0% ----------||---------- 100%
Betrieb	0% ----------||---------- 100%
Hosting	0% ----------||---------- 100%

Je höher die gewünschte Unabhängigkeit, desto stärker ist die Umsetzung inhouse nötig.

marketinginternetservice

3

Was muss ein guter Onlineshop können?

Was muss ein guter Onlineshop können?

Kernfunktionen

- Anpassbarkeit des Design
- Multi Shopsystem
- Mehrsprachigkeit
- Unterschiedliche Währungen
- Steuerregeln/Rechtssicherheit
- Produkt-/Katalogverwaltung
- Contentverwaltung (CMS)
- Kundenverwaltung (CRM)
- Bestellverwaltung
- Transaktionsabwicklung

Was muss ein guter Onlineshop können?

Usability (Auszug)

- Sortierungen, Filter
- Slider, Zoombilder, Videos
- Suche mit Rechtschreibkorrektur (Fehlertoleranz), Ähnlichkeitssuche

Produkt(Auszug)

- Beliebig große Anzahl an Katalogen, Produkten
- Klassifizierungen (EAN, ETIM, etc.)
- Variationen, Bundle, Retail
- Staffelpreise
- Produktanhänge (Bedienungsanleitung, etc.)
- Konfiguration

Was muss ein guter Onlineshop können?

Bestellprozess (Auszug)

- Warenkorb (Persistenter Warenkorb)
- Stornierung, Freitextbestellung
- Bestandsinfo, Vorbestellung
- Nachverfolgung der Sendung, Bestellhistorie

bei B2B zusätzlich *(Auszug)*

- Warenkorb Aufteilung in verschiedene Lieferungen
- Zentrale Abrechnung
- Warenkorbimport
- Sammelbestellung

Was muss ein guter Onlineshop können?

Marketing (Auszug)

- Kundengruppen
- Personalisierung (Inhalt, Ansprache, Sortiment, Preis)
- Rabatte, Coupons, Kampagnen
- Bonussystem

Social Media (Auszug)

- Produktbewertung
- Social Sharing
- Blog, Forum

Was muss ein guter Onlineshop können?

Kundenspezifisch - Shop (Auszug)

- Wunschlisten (Geburtstag, Hochzeit, etc.)
- Produktvergleich
- Cross-Selling
- Up-Selling

Kundenspezifisch - Verwaltung(Auszug)

- Endkunden/ Geschäftskunden
- Kundenkonto mit/ ohne Login
- Adressbuchfunktion

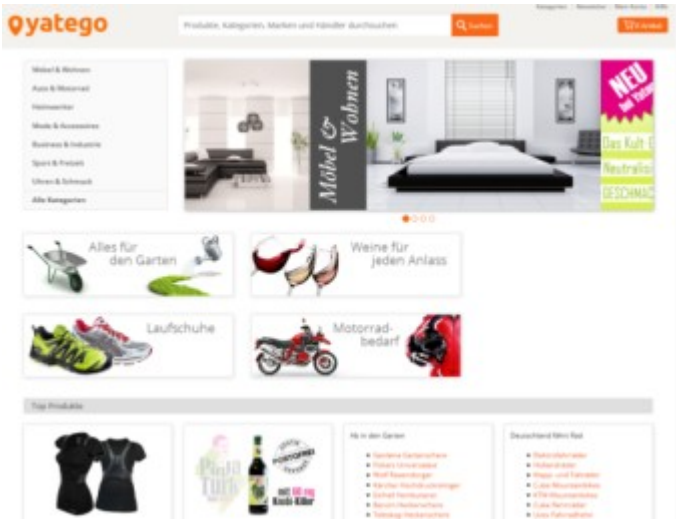
marketinginternetservice

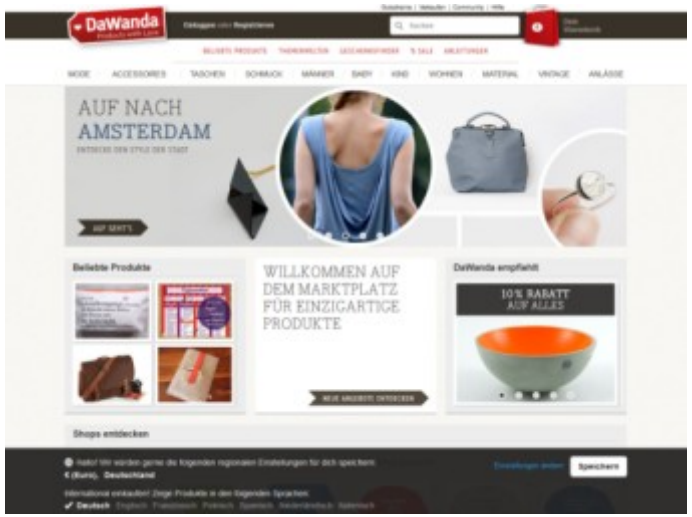
4

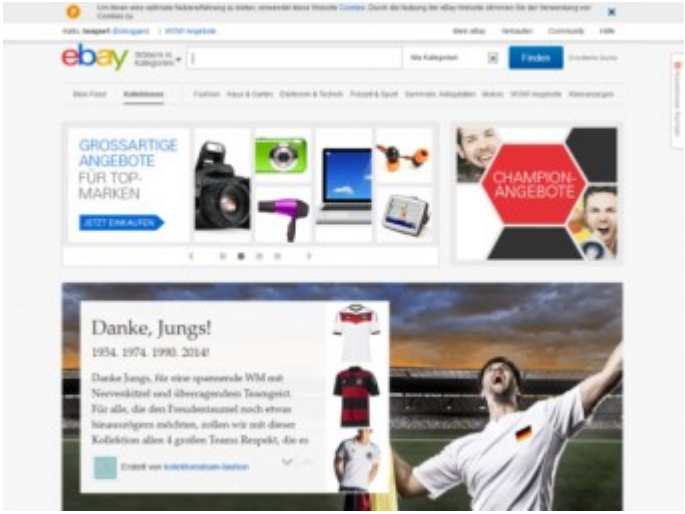
Sind Shoppingplattformen eine Alternative?

marketinginternetservice

Sind Shoppingplattformen eine Alternative?







Sind Shoppingplattformen eine Alternative?

JA

- Sofort Reichweite
- Wenig Pflegeaufwand
- Gute Integration in Warenwirtschaften

NEIN

- Oft gehören einem die Kunden nicht (eBay, Amazon)
- Hohe Kosten (transaktionsbezogen)
- Starke Abhängigkeit
- Hoher Konkurrenzdruck auf der Plattform

Sind Shoppingplattformen eine Alternative?

Shoppingplattformen *(definitiv unvollständig!)*

- www.amazon.de
- www.ebay.de
- www.yatego.de
- www.buylocal.de
- www.rakuten.de
- www.meinpaket.de
- www.hitmeister.de
- www.hood.de

marketinginternetservice

5

Shopsysteme in der Kurzvorstellung

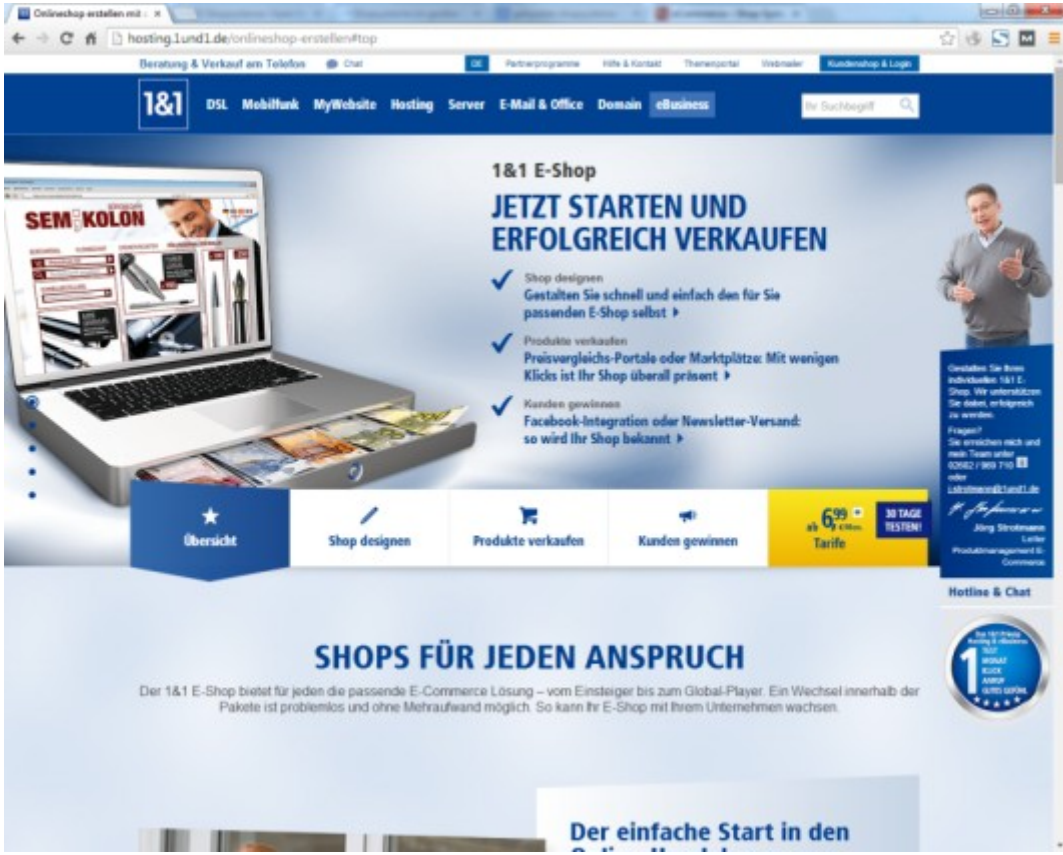
marketinginternetservice

Mietshops in der Kurzvorstellung

Business Shop 1&1
www.1und1.info

Ab 9,99 € monatlich
Max. 10.000 Artikel

Vorgefertigte Shopdesigns
eBay Anbindung
Im- und Export von Daten



marketinginternetservice

Mietshops in der Kurzvorstellung

Webshop
www.strato.de

Ab 9,90 € monatlich
Max. 10.000 Artikel

Vorgefertigte Shopdesigns
eBay Anbindung
Frei gestaltbare HTML Seiten
Im- und Export von Daten

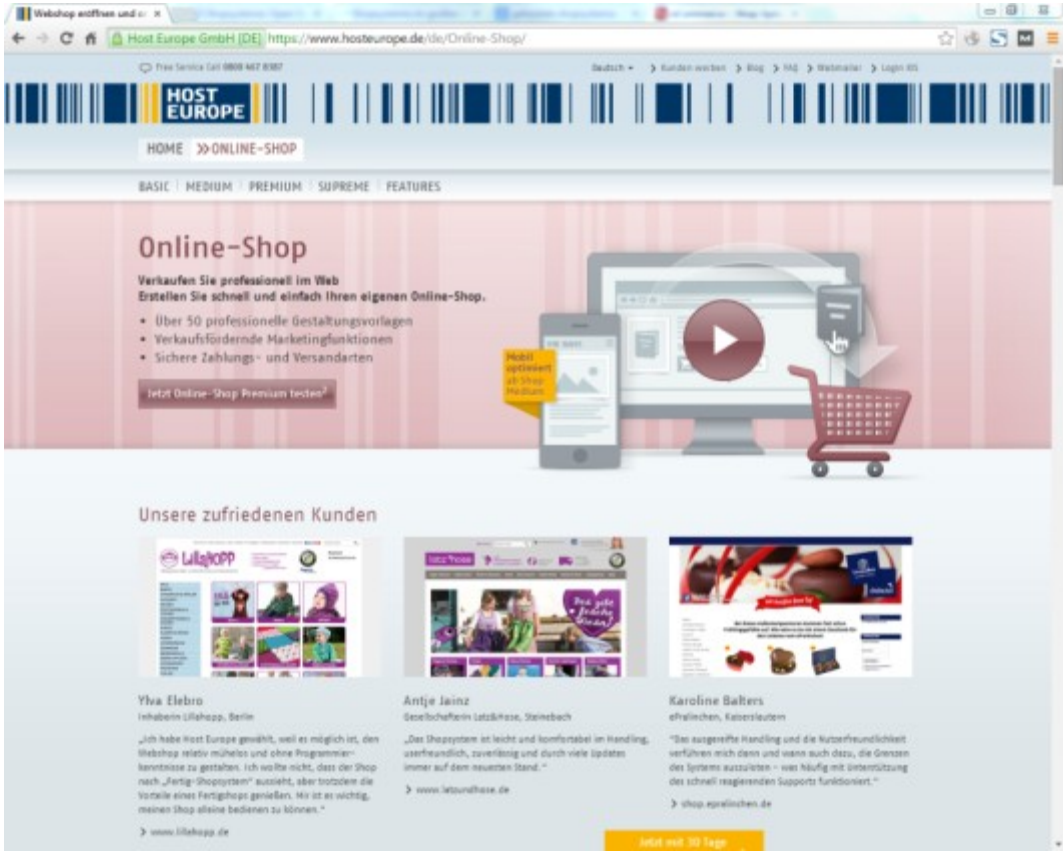
marketinginternetservice

Mietshops in der Kurzvorstellung

Online-Shop
www.hosteurope.de

Ab 9,90 € monatlich
Max. 20.000 Artikel

Anpassbare Vorlagen
Gutscheine, Rabatte,
Frei gestaltbare HTML Seiten
Mobile Version
Im- und Export von Daten



Mietshops in der Kurzvorstellung

Weitere Systeme (definitiv unvollständig!)

- www.mietshop.de
- www.shopify.com
- www.verido.de
- www.datebecker.de
- www.epages.de
- www.shopdriver.de
- www.t-online.de
- www.sage.de

Open Source Shopsysteme in der Kurzvorstellung

Magento

http://magento.com/

Magento Inc. (Tochter von eBay)

Für deutschen Markt unbedingt

“Market Ready Germany”

“Magento DE”

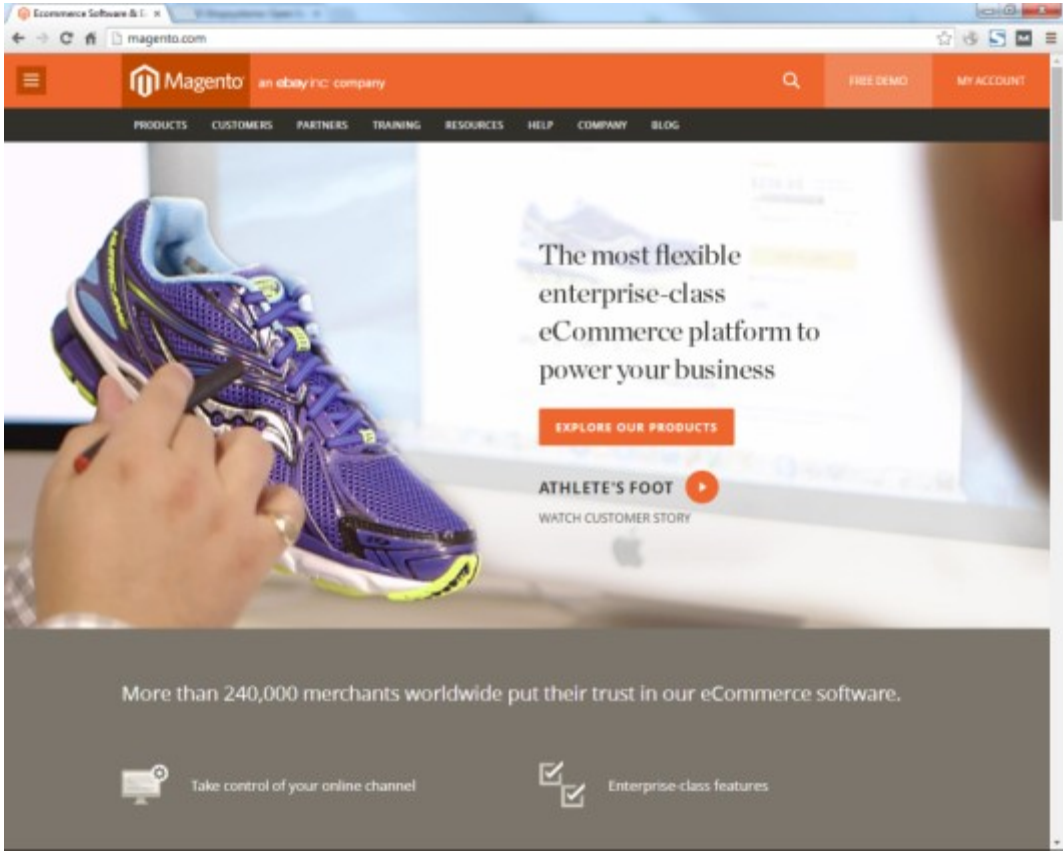
verwenden.

http://electropapa.com/

http://www.topsicherheit.de/

http://www.getolympus.com/

https://shop.menshealth.com/

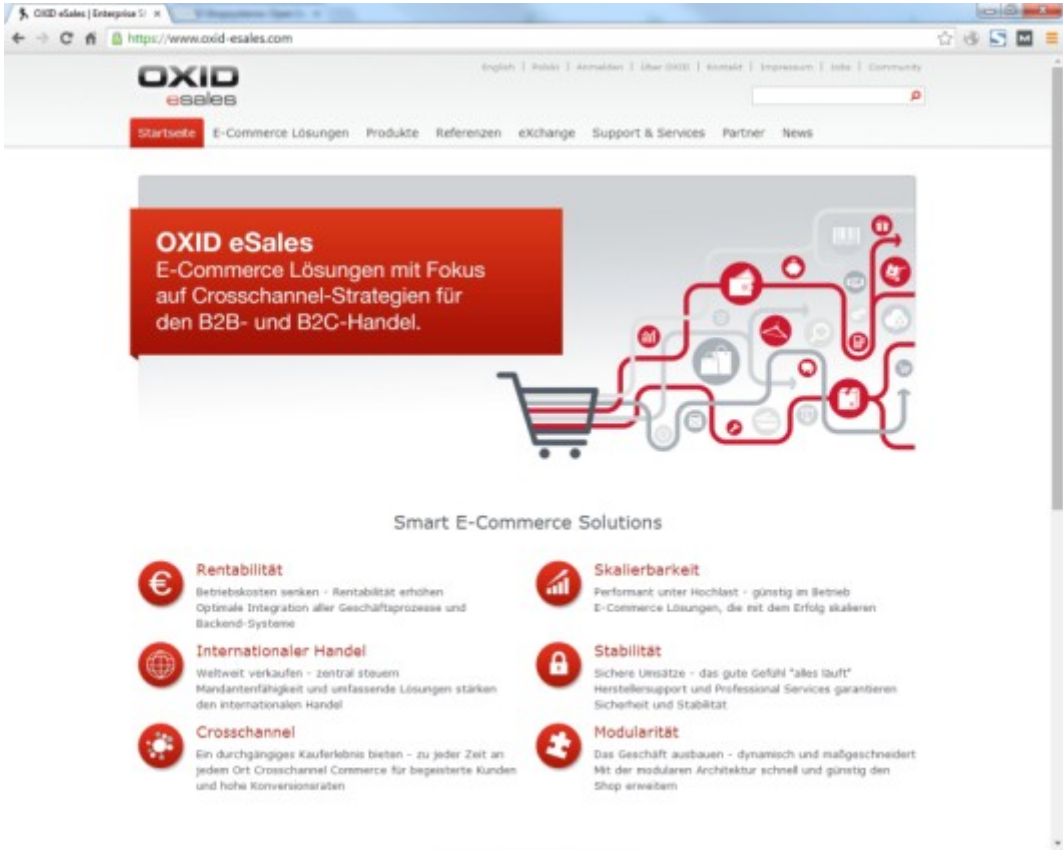


Kostenpflichtige Variante vorhanden.

Open Source Shopsysteme in der Kurzvorstellung

OXID eShop
www.oxid-esales.com
OXID eSales AG, Freiburg

Open-Source-Variante als
Community-Edition verfügbar



https://www.adac-postbus.de/
http://www.myoma.de/
http://www.schiesser.com/
http://www.gravis.de/

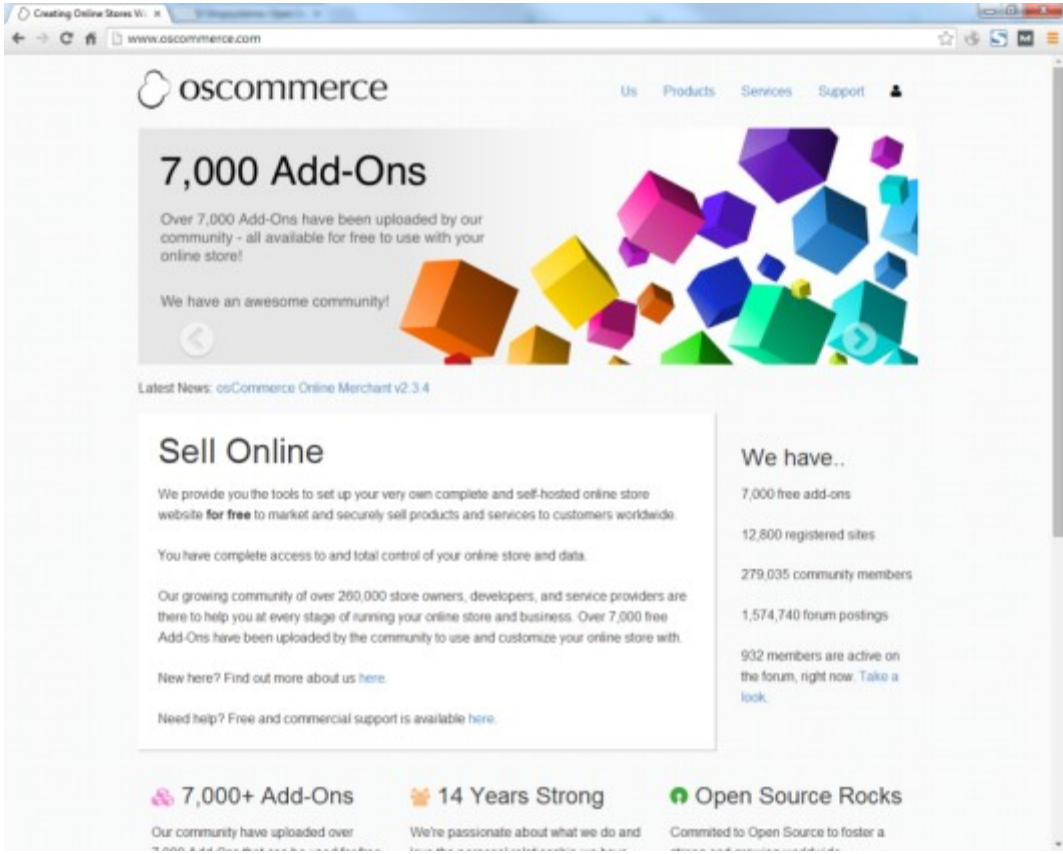
Kostenpflichtige Variante vorhanden.

Open Source Shopsysteme in der Kurzvorstellung

OS:Commerce
oscommerce.com

Veraltet! Immer noch Beta!
Trotzdem hohe Verbreitung.

Sehr viele Varianten und Forks.



Kostenpflichtige Variante vorhanden.

http://www.schlotzhauer-versand.de/
http://www.fngstore.com/
http://www.am-watches.com/

Open Source Shopsysteme in der Kurzvorstellung

Weitere Systeme (definitiv unvollständig!)

- www.shopware.de
- www.prestashop.com
- www.gambio.de
- www.xt-commerce.com
- www.modified-shop.org
- www.zen-cart.com
- www.opencart.com

Fast alle sind auch als Bezahlvarianten (Enterpriseedition und ähnliches) erhältlich.

marketinginternetservice

Kostenpflichtige Shopsysteme in der Kurzvorstellung

JTL Software

www.jtl-software.de

Ab ca. 400€ einmalig.

Ab ca. 125€ jährlich.

Anbindung an JTL-Warenwirtschaft

Viele zertifizierte Erweiterungen

http://www.click-licht.de/

http://www.kidsbestshop.de/

http://www.wunschbad24.de/

Kostenpflichtige Shopsysteme in der Kurzvorstellung

SmartStore

www.smartstore.com

Ab ca. 1.200€ einmalig.

Ab ca. 299€ jährlich.

Installation auf Windows PC

Umfangreiche Schnittstellen

http://www.golfballdrucker.de/

http://www.atempause-kaffee.de/

http://www.karibu-garten.com/

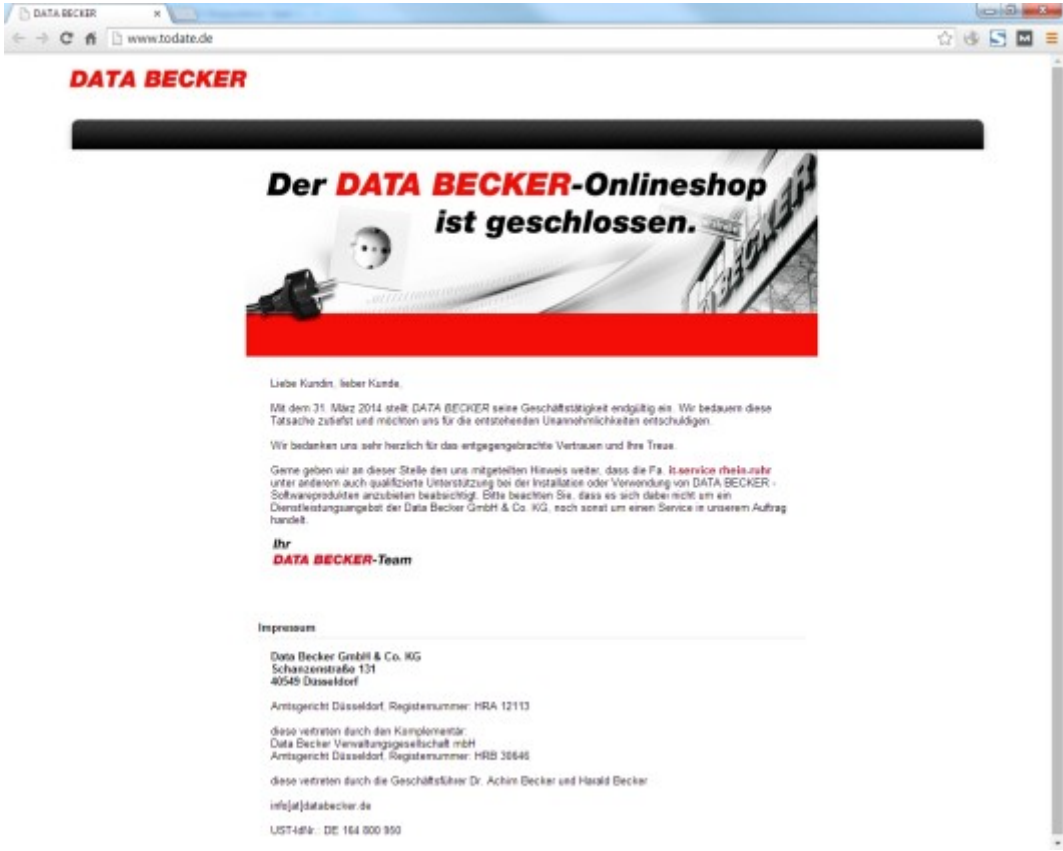
Kostenpflichtige Shopsysteme in der Kurzvorstellung

DataBecker
www.databecker.de.

Zum 31.03.2014 geschlossen.

Hier erkennt man die Risiken:

- Keine Lizenzierung mehr möglich
- Kein Support
- Keine Updates mehr



marketinginternetservice

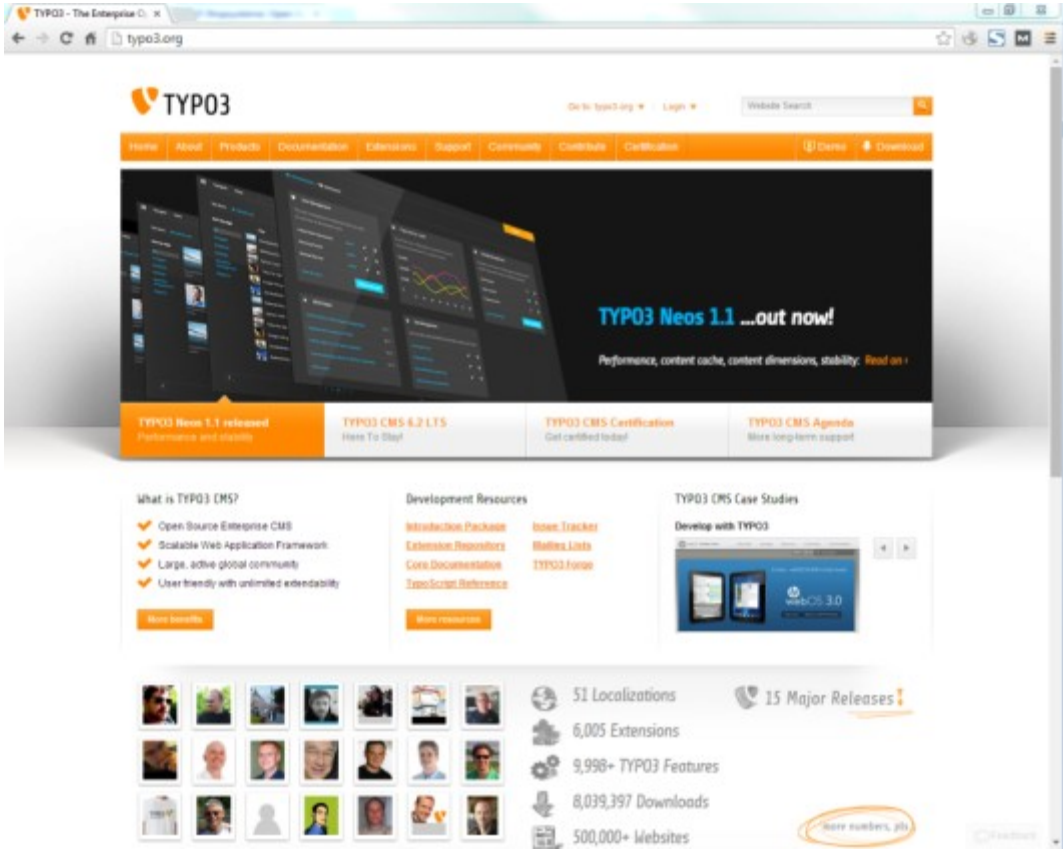
CMS ShopExtensions der Kurzvorstellung

Für Typo3

Typo3 Multishop
https://www.typo3multishop.com/

Typo3 Commerce Shop
https://www.typo3multishop.com/

Typo3 GSA Shop
http://typo3.org/extensions/repository/view/pt_gsashop
(Erweiterung für die Anbindung an das ERP „GS Auftrag“)



marketinginternetservice

CMS ShopExtensions der Kurzvorstellung

Für Contao

Contao webShop

100% Integration in bestehendes Contao System

http://www.contao-webshop.de/

marketinginternetservice

CMS ShopExtensions der Kurzvorstellung

Für WordPress

WP Jigoshop

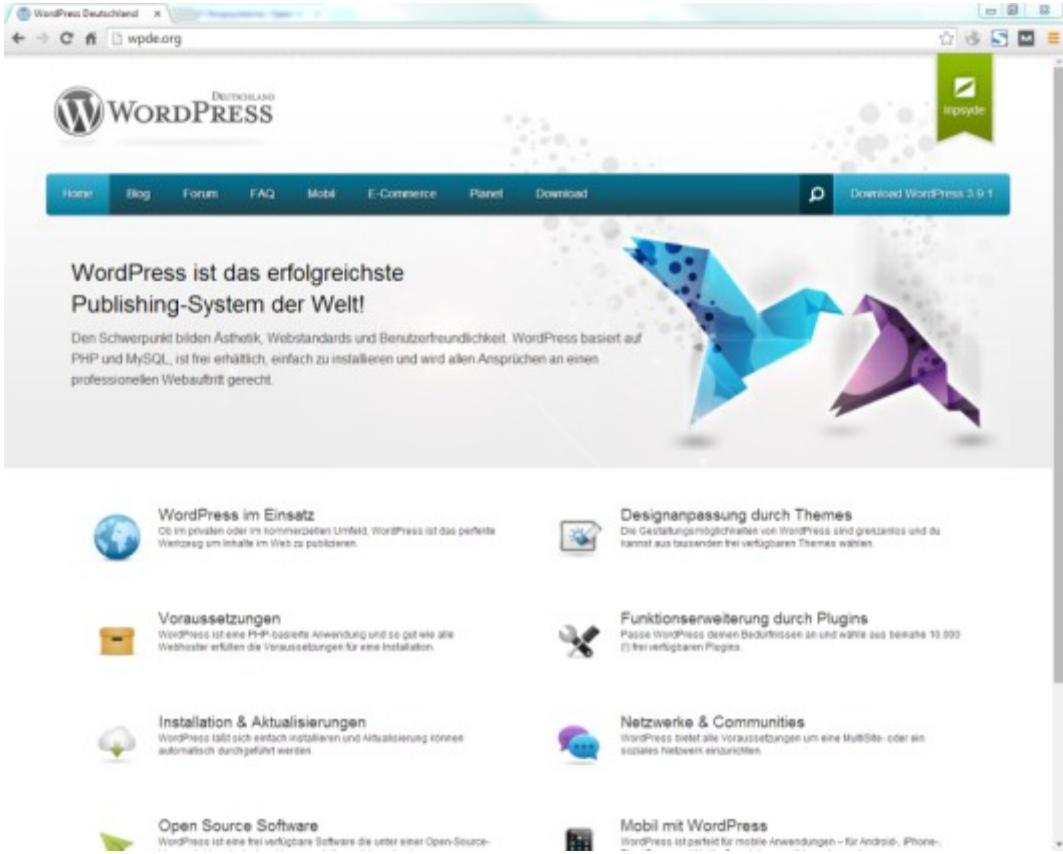
https://www.jigoshop.com/

WP Shopified

http://www.wp-shopified.de/
(Anpassung für den de-Markt)

WP WooCommerce

http://www.woothemes.com/
(Anpassung für den de-Markt)



marketinginternetservice

CMS ShopExtensions der Kurzvorstellung

Für Joomla

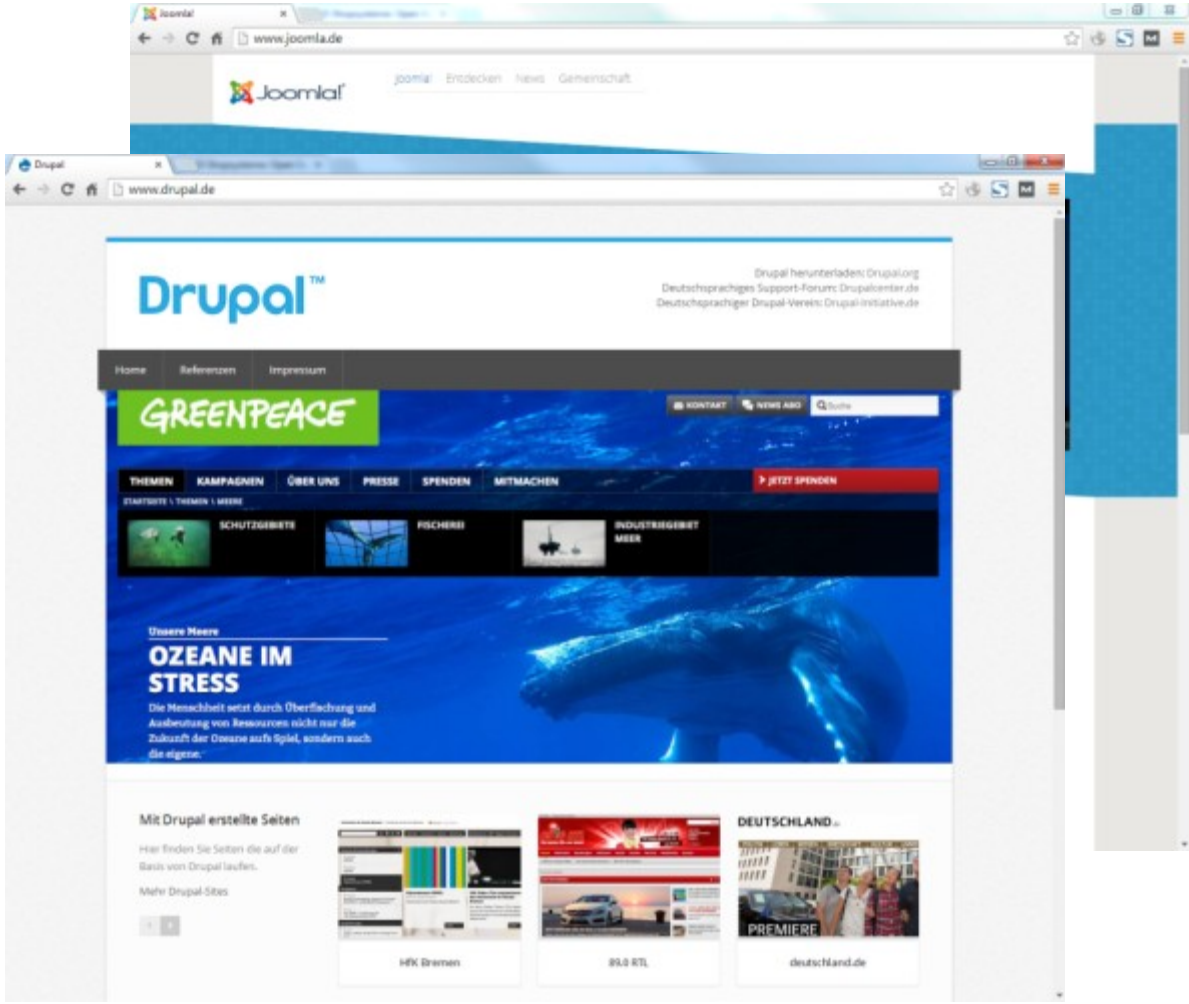
Virtuemart

http://www.virtuemart.net/

Für Drupal

LiteCommerce

http://www.litecommerce.com/



marketinginternetservice

6

Fragen & Antworten

Weiterführende Links

http://www.bitkom.org/files/documents/Checkliste_Onlinegeschaeft_Version_1.3.pdf
http://www.bvdw.org/mybvdw/media/download/bvdw-checkliste-online-shops.pdf?file=2667
http://lp.onpage.org/onlineshop-ebook/
http://www.inhalt-ug.de/shop-seo-checkliste/

marketinginternetservice

Geschafft!

Ich danke für die Aufmerksamkeit. Gerne beantworte ich Fragen in der großen Runde oder in einem persönlichen Gespräch.

Wer erst morgen Fragen hat:

https://www.facebook.com/ThomasWagnerLeipzig
wagner@mi-service.de
www.mi-service.de