

Checkliste für E-Commerce

- Entscheidung treffen, welche Online-Vertriebskanäle bedient werden sollen (zum Beispiel eigener Online-Shop, Verkaufs- oder Auktionsplattformen)
- Klarheit darüber gewinnen, wer die Zielgruppe ist, welche Waren angeboten werden sollen und welche Preisstrategie verfolgt werden soll
- Festlegen der Funktionen, über die der Online-Shop verfügen soll (zum Beispiel Warenkorb, Detailansicht von Produkten, Kundenbewertungen, Wunschzettel)
- Entscheidung zwischen Mietshop oder gekauftem Shop treffen und festlegen, ob der Shop selbst oder von einem Dienstleister betrieben werden soll
- Benutzerfreundlichkeit, klare Navigation und gut funktionierende Suchfunktion des Online-Shops gewährleisten
- Definition der Bezahlungsmöglichkeiten, die den Kunden angeboten werden sollen
- Besonders bei Multikanalhändlern relevant: Integration eines Warenwirtschaftssystems um Vertriebskanäle verwalten zu können und Datenbestände aktuell und synchron zu halten
- Erstellen eines Marketingplans mit verkaufsfördernden Maßnahmen wie z.B. Gutscheine, Google AdWords-Anzeigen, Promotions, Staffelpreise, Mengenrabatte oder Loyalitätsprogramme
- Online-Shop suchmaschinenoptimieren und somit für die ideale Auffindbarkeit im Internet sorgen
- Kontinuierliche Messung des Erfolgs der E-Commerce-Maßnahmen anhand klar definierter Projektziele (zum Beispiel Umsatz oder Anzahl der Neukunden)
- Online-Shop rechtlich absichern und dauerhafte juristische Betreuung gewährleisten
- Mit den Kunden in Dialog treten, zum Beispiel bei Anfragen über Kontaktformulare, bzgl. Reklamationen oder auf sozialen Netzwerken