

E-COMMERCE GANZ PRAKTISCH

STEUERUNG VON GESCHÄFTSPROZESSEN IM E-COMMERCE

Martin Groß-Albenhausen
Stv. Hauptgeschäftsführer



Agenda

E-Commerce Praxis: Vom Kunden her planen

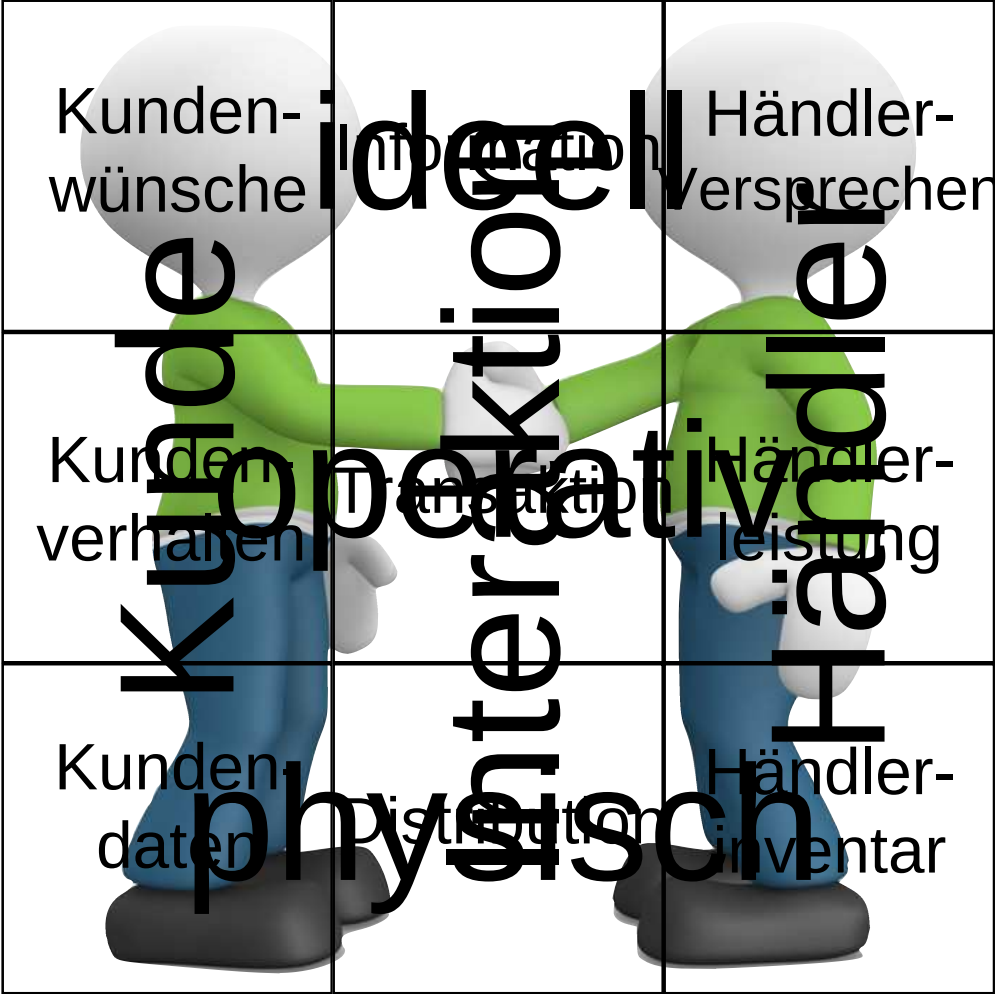
Case-Study: The Heat Company

- Vom Produkthersteller zum Spezialversender
(1. Ausbildungshälfte)
- Customer Journey-Mapping, -Measuring, -Controlling
(2. Ausbildungshälfte)

Steuerung von Geschäftsprozessen im E-Commerce

Vom Kunden her planen

- Kundendaten
- Angebotsentwicklung
- Information - Transaktion - Distribution



fachmedieninstitut.de

Was will mein Kunde? Keyword-Strings Welche Referrer-Page? Onsite-Search-Terms Chat/Callcenter Welche Fragen?	Wie werbe ich? Kampagnen-Planung Newsletter-Serien + Marketing-Automation SEO/SEA-Strategie Kunden-Testimonials (ggf. mit lokalem Bezug)	Was verspreche ich? Unique Selling Proposition (USP)/Slogan Anzeigen-Motive Teaser-Texte/Fotografie Filter/Facettierung Sprechender (Domain-) Name
Was macht mein Kunde? Familienstand Beruf (ToD, DoW, IP) Hobbys Interessen Einsatzzweck der Produkte	Welches Angebot überzeugt ihn? Bundling-Angebote Beratung/Garantien (mit lokalem Bezug) Liefer-Services Zusatz-Angebote (Recommendations) Finanzierung etc.	Was leiste ich? Sortimentierung Verfügbar-Machung (Geschäftsmodell) Produkt-Texte Unique Kontext-Daten Content (Blog, Video) Beratung (Telefon) Services
Wer/wo ist mein Kunde? Name Alter/Geschlecht Wohnort e-Mail-Adresse Online-Zeit Smartphone-Nutzung Mitarbeiterzahl	Wie erreiche ich ihn? Desktop vs. Mobil eig. Onlineshop Online-Marketplace Beschaffungssystem Buchungsplattform	Was biete ich? Produkte/Preislagen Filialen/Außendienst Callcenter/G+ mit Telefon, Öffnungszeiten, Parkplatz...

Steuerung von Geschäftsprozessen im E-Commerce

- Zielgruppen - Sortimentsentwicklung - Vertriebskanäle
- Vertragsanbahnung und -abwicklung



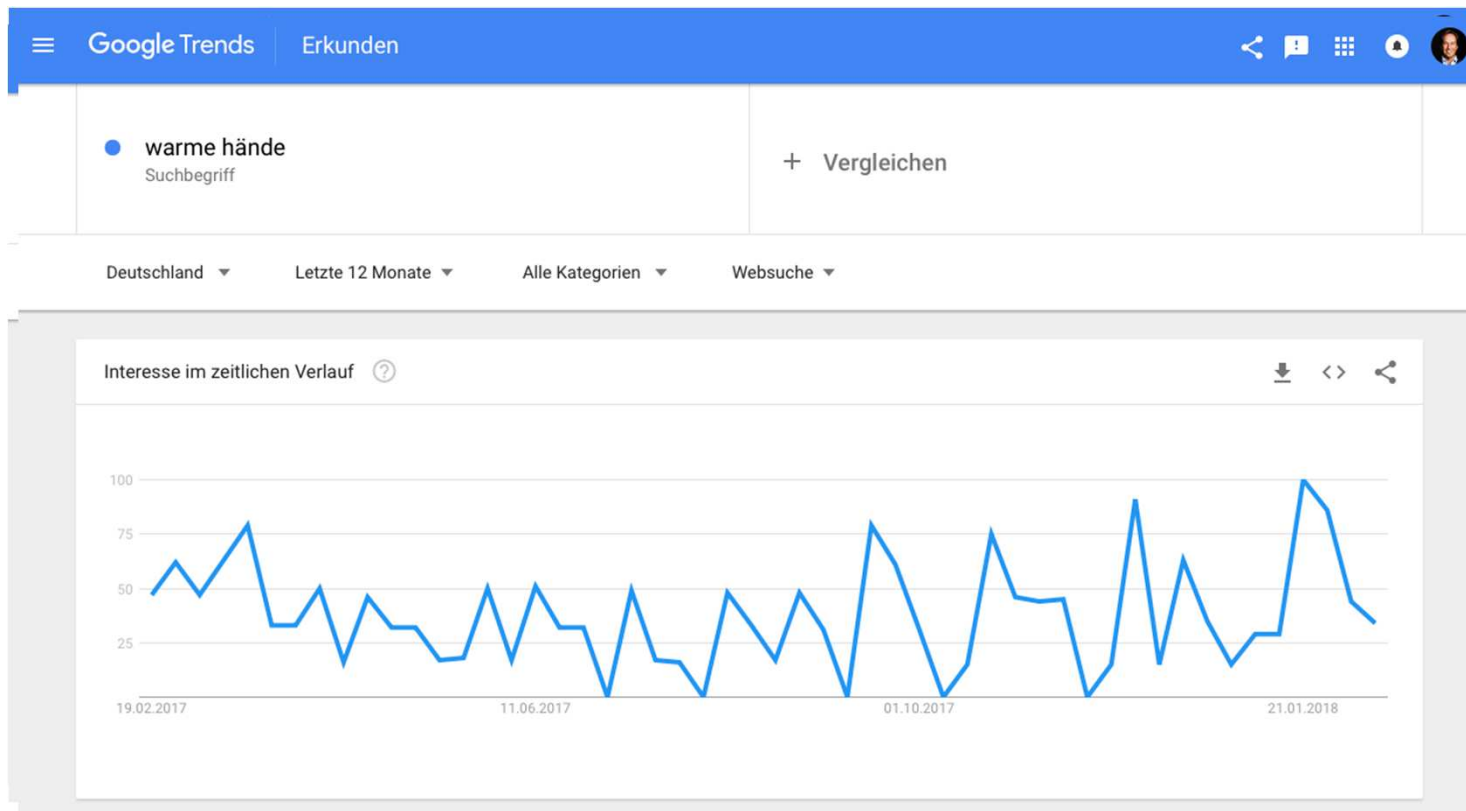
„Wie kann E-Commerce uns helfen zu wachsen?“



SCHLUSS MIT KALTEN FINGERN!



MULTIWÄRMER
AB: 1,39 €



Ubersuggest

handwärmer

Web

German / ...

LOOK UP

SUGGESTIONS

I want to see keyword suggestions from

- ☒ Google Keyword Planner
- ☒ Google Suggest

ERGEBNISSE FILTERN

Keywords in den Suchergebnissen finden

z. B. Neu

GEHEN

alle Filter entfernen

NEGATIVE KEYWORDS

gib Dein negatives Keyword in diese Box ein, ein Keyword pro Zeile

☐	akku handwärmer		70		€ 0.31	1.0
☐	akku handwärmer 2er set		10		€ 0.24	1.0
☐	akku handwärmer conrad		20		€ 0.23	1.0
☐	akku handwärmer shop		10			
☐	akku handwärmer test		30		€ 0.21	0.85
☐	akku teschenofen		10		€ 0.02	1.0
☐	akku t					
☐	akku t					
☐	aldi ta					
☐	amazi					
☐	amazi					
☐	anleiti					
☐	anleiti					
☐	apton					
☐	auflad					
☐	auflad					
☐	aufladbarer handwärmer		30		€ 0.3	1.0

Number of Clicks

Organic Paid

Organic: 1,737
Paid: 1,062

Ranking position



Von V. Menz

Farbe: 10 Paar

Meine erste R
ausgepackt ui
morbus Rayn:
kaufen nur en
dazu kommt,
somit konnte

[Kommentar](#)



Von Victoria

Farbe: 10 Paar

Die Handwärr
Sind sie aber
Da ich selbst

[Kommentar](#)



Von Steffi am

Farbe: 10 Paar

Ich war in Öst
hilfreich und

[Kommentar](#)



Von Katja Sch

Farbe: 10 Paar

Seit ich die W
am Schreibtis

[Kommentar](#)



Von Bernd ar

Farbe: 10 Paar

Sehr wirkung:
dem Kältegar

[Kommentar](#)

Übersuggest

morbus raynaud

Web

German / ...

LOOK UP

Keyword: **morbus raynaud**

VOLUME

2400

CPC

€0.73

COMPETITION

0.01

38

Laut der Deutschen Gesellschaft für Gefäßmedizin sind in Europa bis zu 20 Prozent der Bevölkerung betroffen, 90 Prozent davon sind Frauen. In der Regel ist das Raynaud-Syndrom harmlos, es kann aber auch auf eine ernsthafte Erkrankung hindeuten.

KEYWORD

SUGGESTIONS

I want to see keyword
from

☒ Google Keyword

☒ Google Suggest

Blut fließt nicht mehr richtig

Meist ist ein Kältereiz der Auslöser: eisiger Wind, kaltes Wasser aus dem Wasserhahn oder Minustemperaturen in der Tiefkühltruhe. "Dieser Reiz führt dazu, dass sich die Gefäße in den Fingern, seltener auch in den Zehen, zusammenziehen und die Blutzirkulation zum Stillstand kommt", sagt Clemens Fahrig, ärztlicher Direktor des Evangelischen Krankenhauses Hubertus in Berlin und Leiter des Gefäßzentrums Berlin-Brandenburg.

ERGEBNISSE FII

Keywords in den Suchergebnissen
finden

z. B. Neu

GEHEN

alle Filter entfernen

☐	bei kälte blaue hände	20	€ 0.01	0.05
☐	bei kälte weiße finger	30		0.05
☐	betablocker durchblutungsstörung	10		
☐	blaue finger bei kälte	30		0.02
☐	blaue finger krankheit	30	€ 1.65	0.05
☐	blaue finger syndrom	50		

mpany
prime

13

dwärmer |
Wärmekissen |
iltuende Wärme

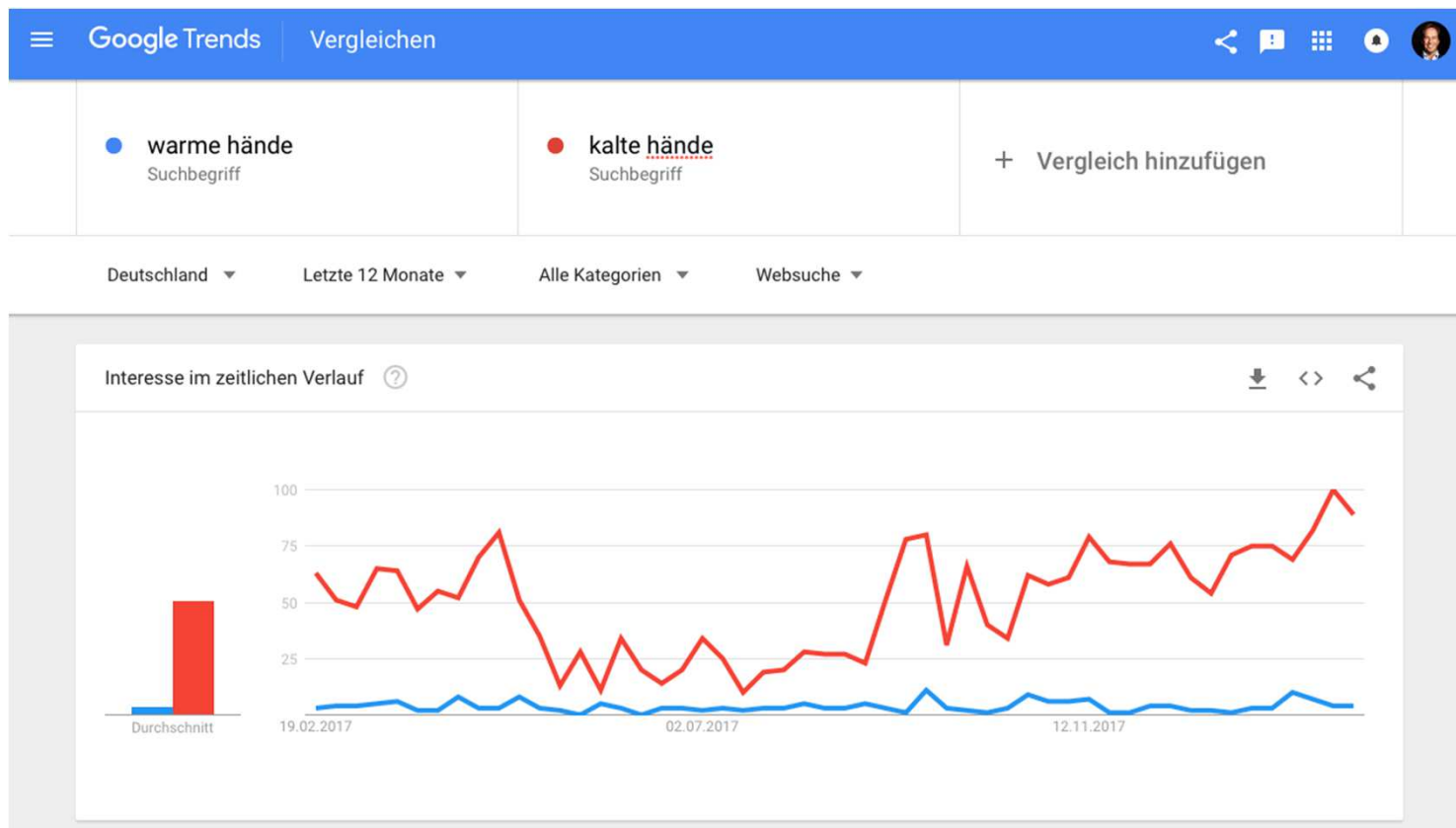
e
4

any
ELBSTKLEBEND
tedauer
3wärmer...
mpany
€
24

lwärmer |
mepads |
Wärmekissen |

2

ten



Payment Provider Filter

☐ Zeige alle Payment Provider

✓ Länder

✓ Zahlungsarten

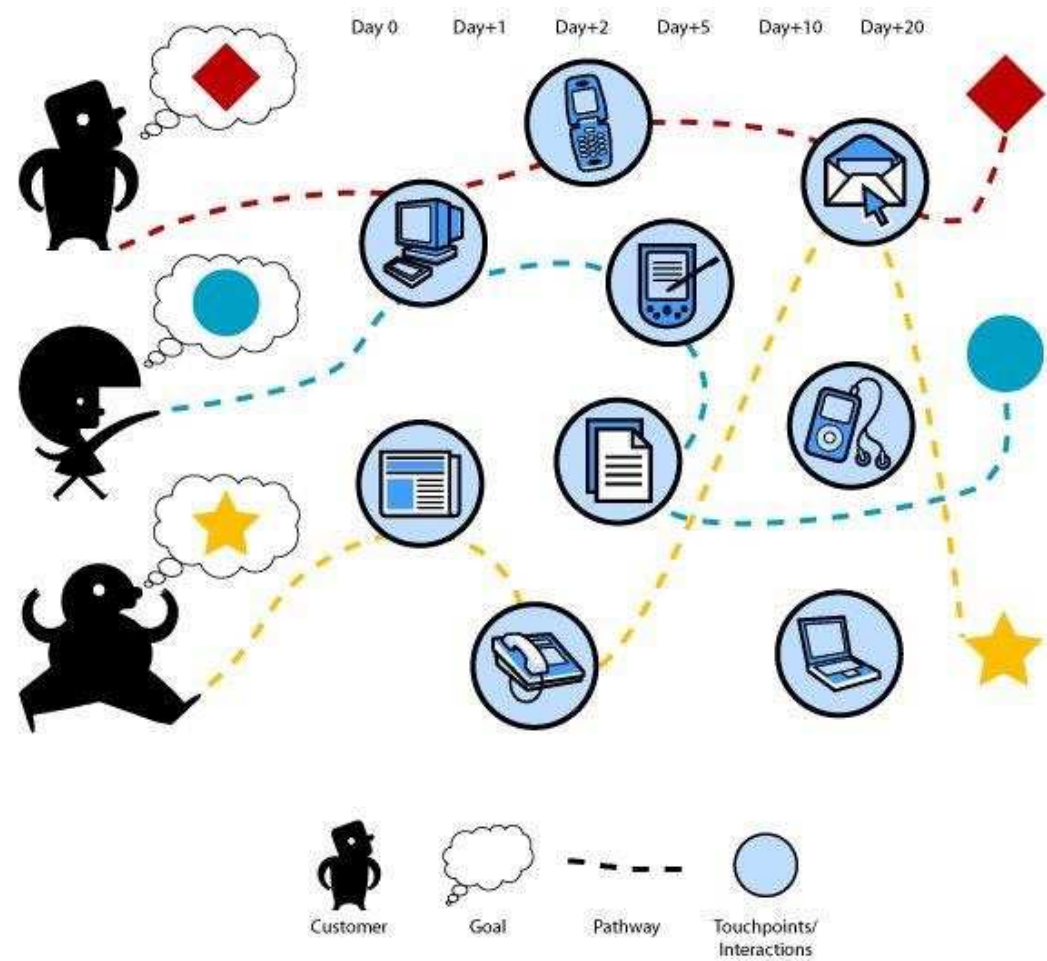
- ☐ Kreditkarte
- ☐ - SEPA Lastschrift
- ☐ - PayPal
- ☐ - Skrill / Moneybookers
- ☐ - Sofortüberweisung
- ☐ - Giropay
- ☐ eps
- ☐ PostFinance
- ☐ Ideal
- ☐ Kauf auf Rechnung
- ☐ Ratenzahlung
- ☐ Prepaidkarten
- ☐ Operator Billing (SMS)
- ☐ Bitcoin

✓ Shopmodule

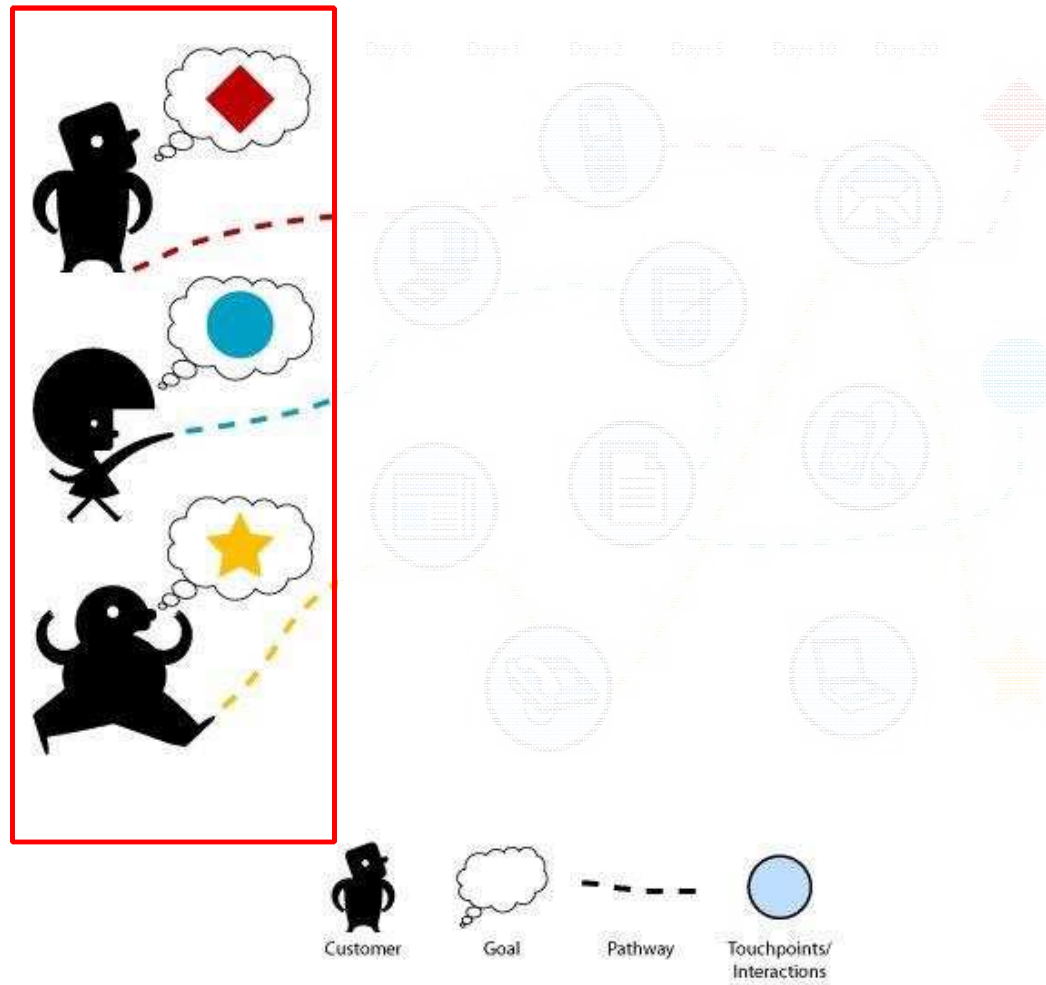


Steuerung von Geschäftsprozessen im E-Commerce

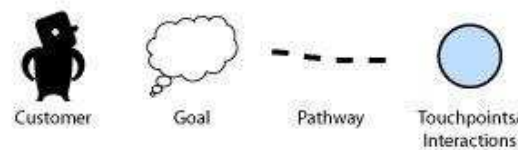
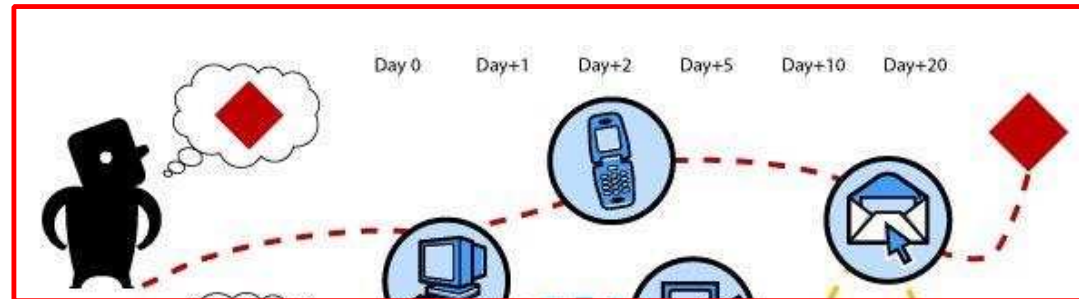
- Kommunikation und Customer Journey
- Touchpoints und Vertriebskanäle
- Kennzahlen und Optimierung



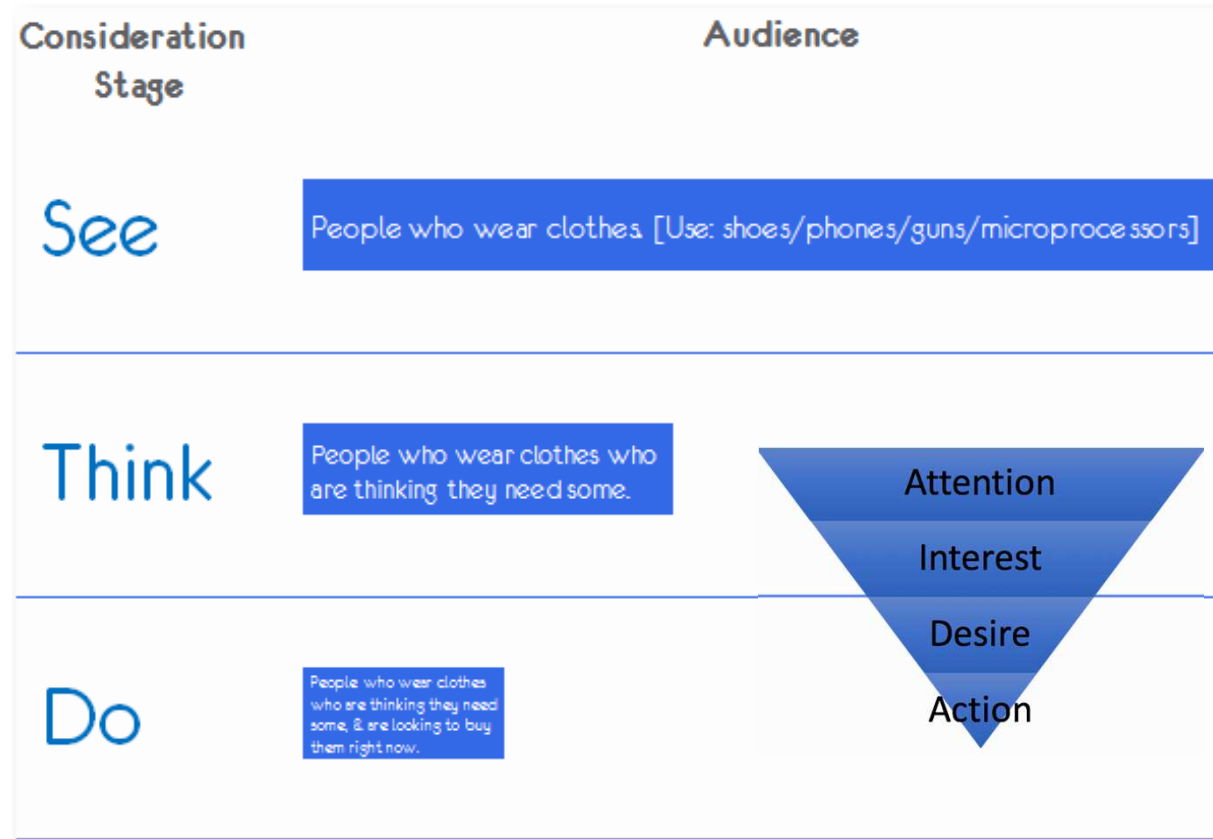
PERSONAS



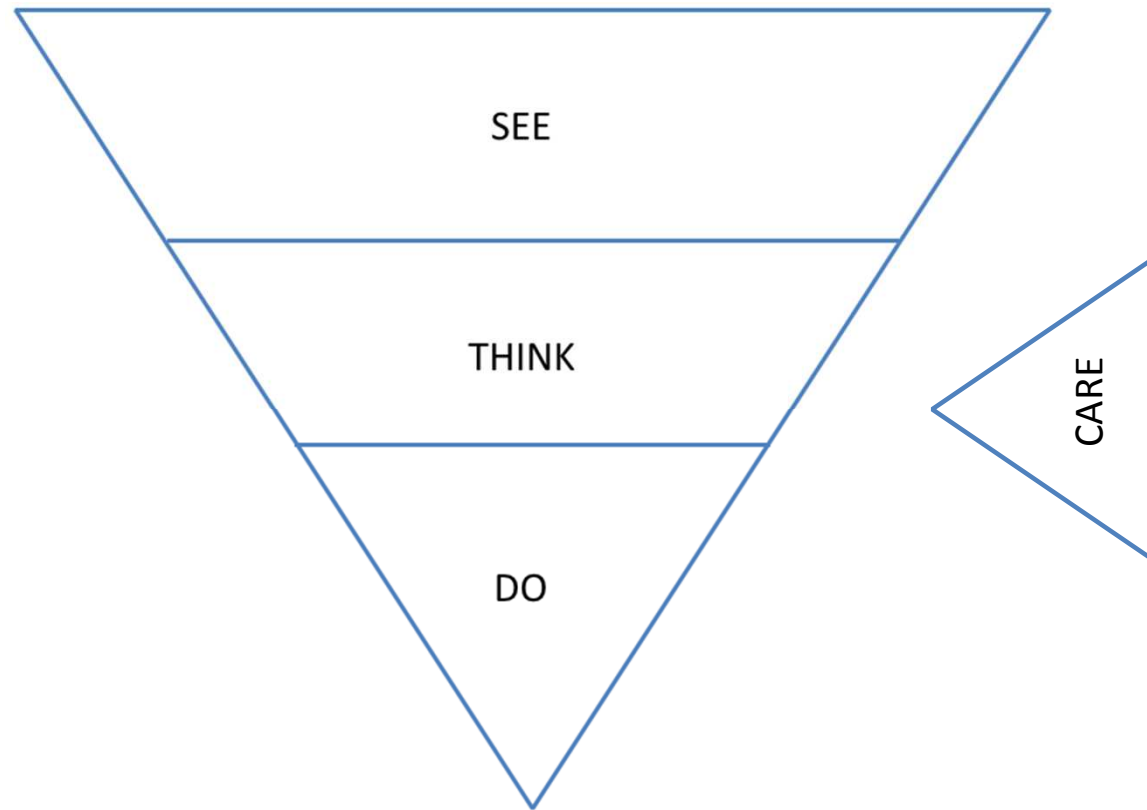
JOURNEYS



DEFINITION DER POSITION IN DER BUYING-JOURNEY



<https://www.kaushik.net/avinash/see-think-do-content-marketing-measurement-business-framework/>



WERBEKANÄLE

Marketingkanäle

	SEE	THINK	DO	CARE
FACEBOOK	X		X	X
INSTAGRAM	X			
SEA		X		
PLA			X	
DISPLAY	SEE	THINK	DO	CARE
BLOG		X	X	
YOUTUBE	X	X		X
ANZEIGEN/OOH	X	X	X	
DIRECT MAIL	X	X	X	

VERTRIESKANÄLE

	SEE	THINK	DO	CARE
KATALOG				
E-MAIL				
FILIALE				
CALL-CENTER				
AUSSENDIENST				
MARKETPLACE				
AFFILIATE				
MOBILE				
...				

© 2013 Pearson Education, Inc. or its affiliate(s). All rights reserved. Pearson Education, Inc., publishing as Pearson Benjamin Cummings, 101 Philip Drive, Assinippi Park, New York, NY 10986-1997

www.bevh.org

The HEAT company

Impressionenjaeger - Wildlife Photography

The HEAT company ✓
@theheatcompany.at

- Startseite
- Bewertungen
- Beiträge
- Community
- Videos
- Fotos
- Newsletter / Sign in
- Info
- Instagram feed
- Shop

Eine Seite erstellen

The HEAT company hat einen Beitrag geteilt

8. Februar um 17:38 · 🌐

Sieht toll aus die neue Seite Handschuh Test

Impressionenjaeger · 7. Februar um 17:02 · 🌐

Handschuhe der The HEAT company

Da mit dem Umzug der Homepage die passen, gibt hier nochmals den Link zu Jessica und mir. 😊

<http://www.impressionenjaeger.de/the-heat-company/>

THE HEAT Company

Im letzten Jahr durften Jessica und ich die österreichische Firma The HEAT unsere Erfahrungen mit folgenden Produkten teilen.

IMPRESSIENJAEGER.DE

6

Impressionenjaeger - Wildlife Photography

@impressionenjaeger

- Startseite
- Beiträge
- Videos
- Fotos
- Info
- Community

Eine Seite erstellen

Beiträge

Impressionenjaeger - Wildlife Photography · 7. Februar um 17:02 · 🌐

Handschuhe der The HEAT company.

Da mit dem Umzug der Homepage die passen, gibt hier nochmals den Link zu Jessica und mir. 😊

<http://www.impressionenjaeger.de/the-heat-company/>

Instagram

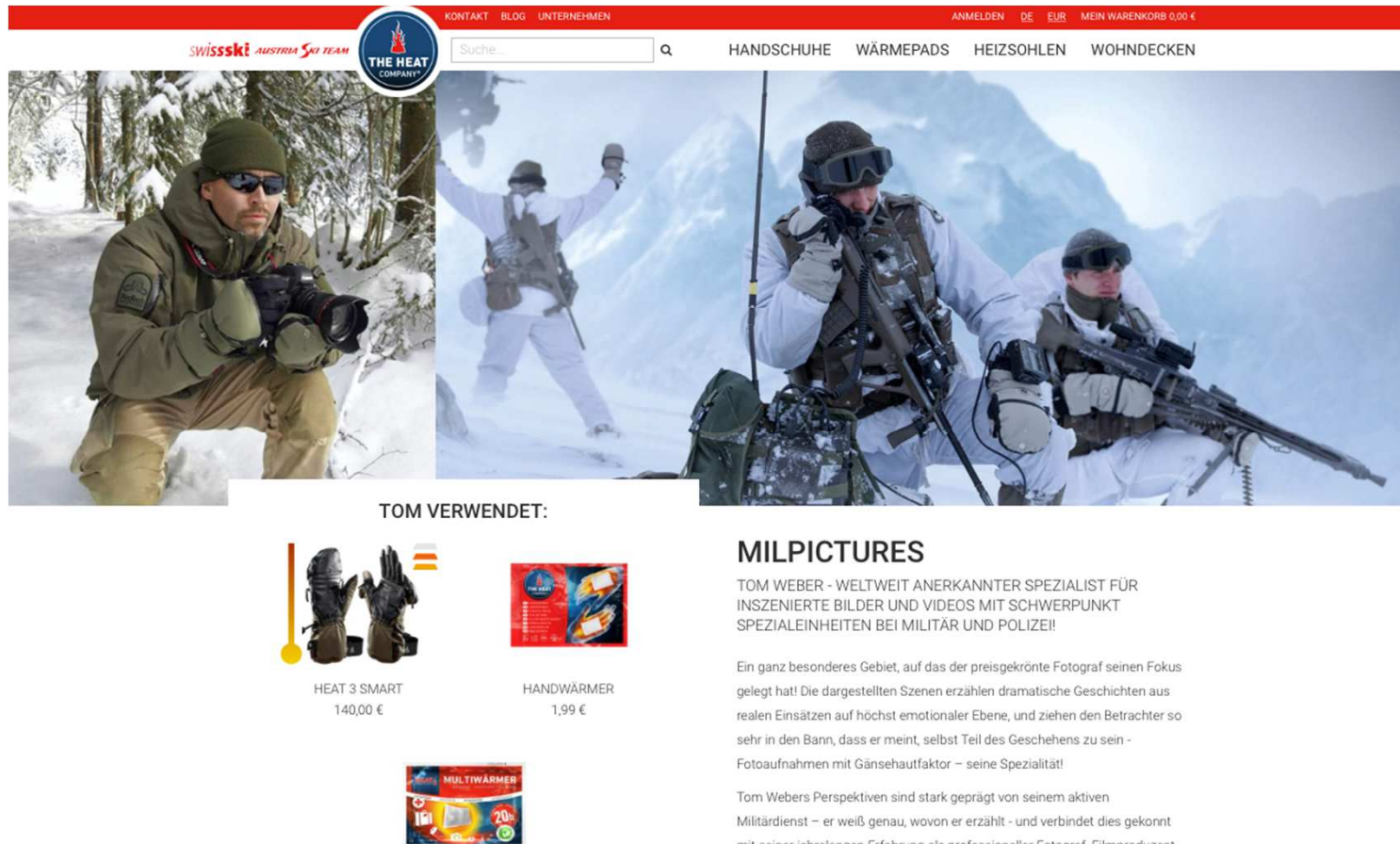
[Anmelden](#)

impressionenjaeger [Folgen](#)

310 Beiträge · 5.935 Abonnenten · 239 abonniert

Impressionenjaeger.de Christoph Kaula - wildlife photographer, biologist & traveller from Germany 📍 Austria ✉ kaula@impressionenjaeger.de www.impressionenjaeger.de

Profifotograf 2,
anderes Sujet,
andere „Fans“,
andere Journey



Q

BEVH

VON 2017-01-01 BIS 2017-04-25

ALLE BESUCHE

Dashboard

Besucher

Übersicht

Besucher-Log

Benutzer

Benutzerdefinierte
Variablen

Geräte

Software

Orte

Engagement

Zeiten

Besucherkarte in Echtzeit

Aktionen

Verweise

Ziele

Gerätetyp

TYP

Desktop

BESUCHE

Smartphone

35.716

Tablet

3.579

Phablet

unbekannt

Portable Medengeräte

Spielekonsole

TV

Digitalkamera

Feature-Phone

PKW-Browser

Smart Display

Gerätemodell

MODELL

unbekannt

36.123

Apple - iPhone

1.845

774

123

121

103

83

71

57

50

Ad Performance

Views:   

Visits ? 2,043 % of Site Total: 100.00%		Cost ? \$1,650.87 % of Site Total: 100.00%		Impressions ? 42,446 % of Site Total: 100.00%		CTR ? 2.76% Site Avg: 2.76% (0.00%)		CPC ? \$1.41 Site Avg: \$1.41 (0.00%)		% New Visits ? 85.12% Site Avg: 85.12% (0.00%)		Bounce Rate ? 44.84% Site Avg: 44.84% (0.00%)		Goal Conversion Rate ? 7.34% Site Avg: 7.34% (0.00%)		Cost per Goal Conversion ? \$11.01 % of Site Total: 100.00%	
Campaign			Visits ↓	Cost	Impressions	CTR	CPC	% New Visits	Bounce Rate	Goal Conversion Rate	Cost per Goal Conversion						
1.	(not set)		893	\$0.00	0	0.00%	\$0.00	83.31%	52.97%	5.49%	\$0.00						
2.	Website Traffic		491	\$833.32	18,535	2.72%	\$1.65	86.15%	42.57%	7.74%	\$21.93						
3.	YouTube Traffic		305	\$448.86	6,908	4.24%	\$1.53	90.49%	28.52%	8.85%	\$16.62						
4.	Single and Multiple		114	\$105.38	3,766	3.35%	\$0.84	92.11%	32.46%	21.93%	\$4.22						
5.	Social Media		107	\$167.07	6,951	1.74%	\$1.38	85.05%	66.36%	2.80%	\$55.69						
6.	Email		66	\$26.71	1,277	4.62%	\$0.45	71.21%	16.67%	10.61%	\$3.82						
7.	Google Adsense Traffic		58	\$62.69	1,921	3.18%	\$1.03	79.31%	41.38%	1.72%	\$62.69						
8.	Search Ads		9	\$6.84	3,088	0.29%	\$0.76	77.78%	44.44%	0.00%	\$0.00						

Find Campaign:

containing

Go

Go to: 1

Show rows:

10

1 - 8 of 8

Find Campaign: containing

Go

Go to: 1

Show rows: 10

1 - 8 of 8

Gerätemarke

MARKE

unbekannt

Apple

Samsung

Huawei

Sony

Nokia

LG

Lenovo

HTC

Asus

1280x800

1-5 von 500 nächste >

Verwandter Bericht: Konfigurationen

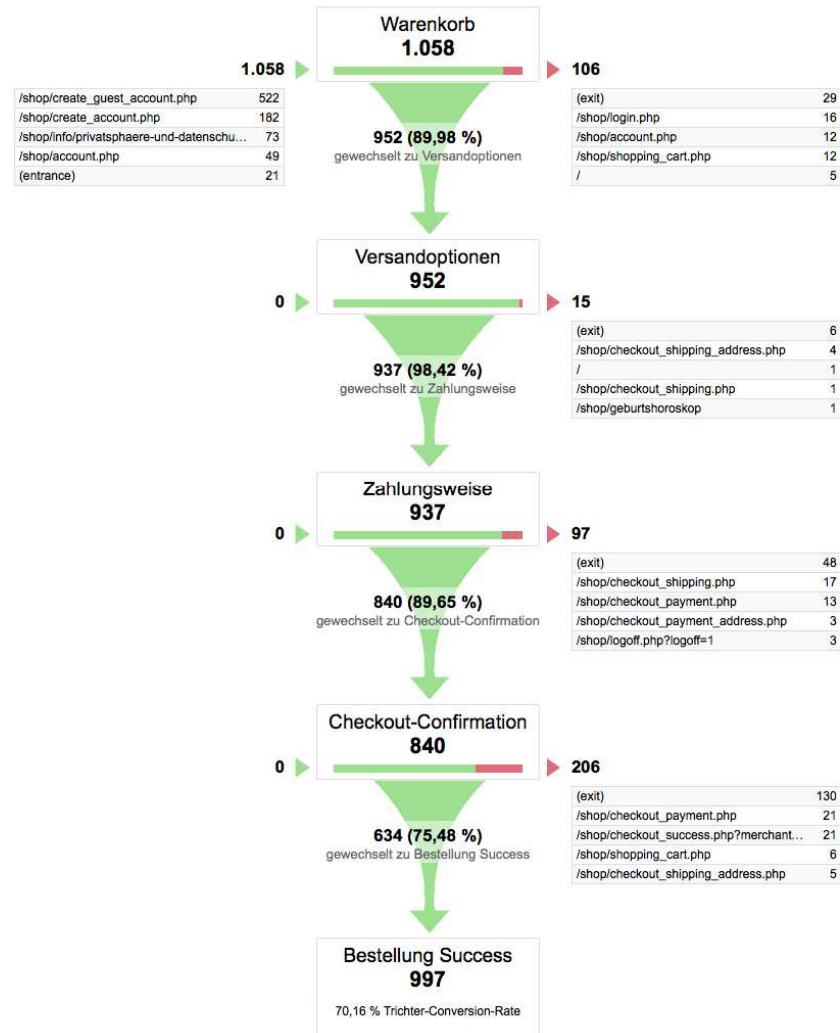
Secondary dimension: Select...		Search	View: Grid	1 - 10 of 12898	<	>
	Channel Grouping Path	Conversions	↓	Conversion Value		
1.	Display Advertising > Paid Search > Direct	7,514		\$100,712.19		
2.	Organic Search > Paid Search	5,377		\$117,319.55		
3.	Display Advertising > Paid Search	3,716		\$182,264.71		
4.	Paid Search > Referral > Direct	3,015		\$58,779.31		
5.	Social > Organic Search	2,746		\$190,549.19		
6.	Display Advertising > Display Advertising	2,729		\$59,692.22		
7.	Organic Search > Social > Direct	2,588		\$39,751.97		
8.	Referral > Organic Search	2,557		\$31,964.93		
9.	Email > Paid Search	2,329		\$58,277.85		
10.	Referral > Display Advertising > Direct	1,631		\$40,072.25		
		Show rows: 10	Go to: 1	1 - 10 of 12898	<	>

Bestellung Success

Das Ziel wurde in 997 Sitzungen abgeschlossen. | 70,16 % Trichter-Conversion-Rate

Nutzerfluss

Alle Nutzer
100,00 % Sitzungen



01.01.2015 - 31.10.2015

ungen (88,7 % der Sitzungen). Weitere Informationen

tion
itzungen, 4 Tsd. Abbrüche
rkt-stat...en-fakten/
Tsd.
Tsd.
rkt-stat...k/studien/
sd.
rkt-stat...downloads/
isse/pre...teilungen/
50 weitere Seiten)
Tsd.



Kaufleute im E-Commerce

KAUFLEUTE IM E-COMMERCE

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

martin.gross-albenhausen@bevh.org

Tel: +49 - (0)30 - 20 61 38-512

bevh 

