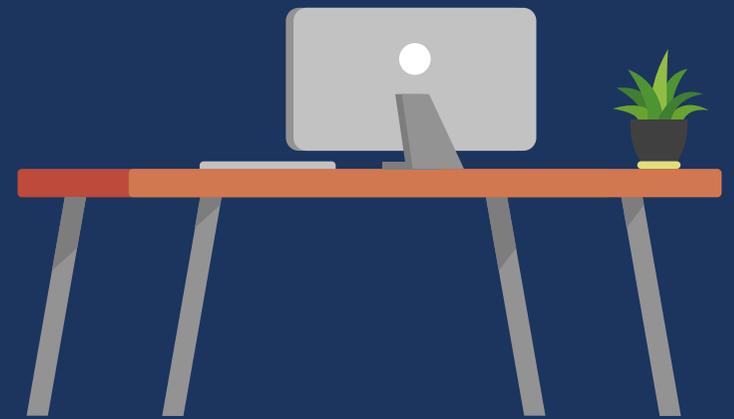




Packlink[®] PRO
Simply Shipping

6 Tipps, um das Beste aus Ihrem Unternehmen herauszuholen



01. Lernen Sie Ihren Markt kennen

Was verkaufen Sie? Wer sind Ihre treuesten Kunden? Sie können auf lokalem Wissen aufbauen und es in eine umfassendere Strategie einbinden. Definieren Sie Ihre „*Buyer Personen*“ nach bestimmten Eigenschaften (Demografie, Verhalten, Interessen und ähnliche Werte), so wird es einfacher, den Markt zufrieden zu stellen, auch wenn keine direkte Beziehung besteht.

So kann beispielsweise eine eCommerce-Apotheke ihr Angebot an Nahrungsergänzungsmitteln erweitern, wenn ihre Kunden auch sportbegeistert sind.

02. Erstellen Sie selbst Ihre eigene Webseite

Sie müssen kein Webentwickler sein, um eine eCommerce-Webseite zu erstellen! Es gibt Plattformen, die es Ihnen ermöglichen, Webseiten in nur wenigen Schritten zu erstellen und dabei sowohl auf Ästhetik als auch auf Benutzerfreundlichkeit zu achten.

[Wix](#) zum Beispiel basiert auf einem sehr intuitiven Drag-and-Drop-System. [PrestaShop](#) ermöglicht die Trennung zwischen Inhalt, Grafik und Programmierung, so dass jeder Fachmann sich mit einem spezifischen Bereich beschäftigen kann. Und es gibt noch viele weitere Plattformen!



03. Erstellen Sie Ihren Online-Katalog

Der nächste Schritt besteht darin, die Produkte im Katalog zu organisieren (vor allem, wenn es in Ihrem E-Shop verschiedene Marken gibt). Sie können Ihren Katalog **nach Marken** oder **nach Zweckmäßigkeit** ordnen.

Wie?

Fragen Sie sich: „Kennen meine Käufer die Marken, die ich anbiete?“

✓ **Ja:** ordnen Sie Ihre Produkte nach Marke.

✗ **Nein:** ordnen Sie Ihre Produkte nach ihrer Funktion.

Bei Bekleidung beispielsweise wird der Verbraucher häufig durch die Marke zum Kauf angeregt. Im Gegensatz dazu ist im B2B-Bereich der praktisch-funktionale Aspekt von größerem Interesse.



04. Entwickeln Sie einer SEO-Strategie

Durch das SEO können Sie Ihre Konversionsrate optimieren, indem Sie die Besuche und die Verkäufe Ihrer Webseite verdoppeln.

Wie?

Erkennen Sie, wie Ihre Kunden online nach einem bestimmten Produkt suchen:

- **Ermitteln Sie die Schlüsselwörter**, die dem Informationsbedürfnis Ihrer potenziellen Benutzer entsprechen. Verwenden Sie den [Google](#) Keyword-Planer! Das Tool ist kostenlos und ermöglicht es Ihnen, die richtigen Schlüsselwörter für Ihre Google Ads-Anzeigen auszuwählen und nützliche Daten über die Wirkung und Leistung dieser Schlüsselwörter zu erhalten.
- **Verwenden Sie sie in den Texten** Ihrer Webseite und schreiben Sie Produktblätter, die mit den richtigen Worten auf ein bestimmtes Bedürfnis eingehen.
- Vergessen Sie nicht, **die URL zu optimieren**: geben Sie auch hier Ihr stärkstes Schlüsselwort ein, damit die Suchmaschine Ihre Seite leicht findet.

05. Werben Sie für Ihren Online-Shop

Rund 75 % derjenigen, die ein Produkt kauften, sahen es zum ersten Mal in den sozialen Medien.
Der Aufbau einer sozialen Präsenz ist unerlässlich!

Wie?

- **Ermitteln Sie die Kanäle** die von Ihrem Publikum am häufigsten genutzt werden.
- **Definieren Sie den Tonfall Ihrer Marke:** er ist die Richtschnur für die richtige Art der Kommunikation mit Ihrem Publikum.
- **Erstellen Sie einen Redaktionsplan** mit konstanten und interessanten Veröffentlichungen. Variieren Sie Ihre Inhalte:
 - Informativ („wer sind wir“, „was tun wir“ und „wie tun wir es“)
 - Engagement-orientiert (um eine Community zu schaffen)
 - Pädagogisch (in Verbindung mit dem Umstellungsziel)

Vergessen Sie nicht: die soziale Medien sind auch ein Vertriebskanal. Heute können die Kunden in Facebook- und Instagram-Shops direkt von den Posts aus kaufen.



06. Wählen Sie das richtige Tool für Sendungen und Lieferungen

Die Maximierung des Automatisierungsgrades Ihrer Aufgaben wird Ihnen dabei helfen, Ihre Prozesse zu beschleunigen und zu vereinfachen, aber auch Ihren Kunden ein optimales **Erlebnis zu bieten**. **Die Planung von Sendungen über ein einziges Tool** ist ein erster Schritt dazu. [Packlink PRO](#) zum Beispiel lässt sich in Ihren eCommerce integrieren und ermöglicht es Ihnen, sowohl eingegangene Bestellungen zu importieren und nachzuverfolgen als auch mit nationalen oder internationalen **Diensten zu versenden und dabei bis zu 70 % zu sparen**, und das alles ohne Verträge oder monatliche Gebühren.