



Thomas Uppenbrink

Strategien für Unternehmenswachstum und Geschäftsfelderweiterung durch optimierte E-Commerce Fulfillment Services

von Thomas Uppenbrink, Björn Rummel und
Sebastian Frank



Björn Rummel

Viele Unternehmen besitzen keinen elektronischen Vertrieb (E-Commerce)

Im Zuge einer Sanierung oder der Durchführung von eigenverwalteten Insolvenzverfahren gemäß §§ 270 ff. InsO wird auch regelmäßig der Bereich Vertrieb begutachtet und optimiert. Es fällt auf, dass in vielen Unternehmen der elektronische Vertrieb (E-Commerce), die Prüfung bzw. Einführung von Fulfillment-Systemen und die dazugehörige Logistik entweder sehr vernachlässigt oder aber gänzlich ignoriert werden.

Dabei gibt es eine Vielzahl an Mitteln und Möglichkeiten im E-Commerce, um das Unternehmenswachstum zu stärken und die Geschäftsfelder bzw. die Absatzwege zu erweitern.

Dabei spielt Amazon im Bereich der Produktplatzierung als Plattform mittlerweile eine enorm wichtige Rolle. Ähnliche Plattformen im Bereich von Dienstleistungen ziehen immer weiter nach. Denn Internetnutzer wurden über viele Jahre dahingehend konditioniert, Internetseiten wie Amazon, MyHammer oder eBay als digitales Regel bzw. Branchenverzeichnis zu nutzen, um ihre Bedürfnisse zu sortieren und sich einen Überblick über Quantität, Qualität und Kosten zu verschaffen.

Ergänzend zu den genannten Vertriebsmöglichkeiten sollten auch B2B-Plattformen wie Mercateo oder direkte EDI-Anbindungen in Betracht gezogen werden. Auch hier bieten sich hervorragende Möglichkeiten, um Produkte und Dienstleistungen effizient und zielgerichtet zu vermarkten. Ein professioneller Aufbau des Produkt-Listings und eine zielgruppengenaue Ansprache können auch auf diesen Plattformen zu einer Steigerung des Absatzes und des Umsatzes führen.

Amazon als digitales Schaufenster und Absatzmittler

Amazon und vergleichbare Anbieter im Dienstleistungssektor etc. ist mittlerweile viel mehr als lediglich ein Onlinehändler. Als die führende Verkaufsplattform im Internet wird Amazon von den meisten Usern für ihre persönliche Produktsuche genutzt. Es ist daher eine Chance für jede Marke und jeden Hersteller, sich und die eigenen bzw. gehandelten Produkte im größten Online-Schaufenster der Welt zu präsentieren und potenzielle Kunden zu erreichen. Umso wichtiger ist es, sich genau hier bestmöglich zu verkaufen.

So gibt es hier die Möglichkeit, individuelle Markenshops aufzubauen und Produkt-Launches optimal vorzubereiten. Selbst bereits aktive Anbieter und Händler bei Amazon kümmern sich in der Regel kaum um die Optimierung Ihres Produktportfolios, die Perfektionierung Ihrer Produktlistungen oder die Zusammenstellung der relevantesten Keywords. Auch abgestimmte Amazon-Werbekonzepte zum Erreichen entsprechender Zielgruppen werden nicht berücksichtigt.

Es gibt mittlerweile sehr tiefgreifendes Know-how, um Vermarktungsstrategien optimal zu erarbeiten. Anbieter, Händler und Marken steigern dadurch unmittelbar Ihre Sichtbarkeit auf Amazon und gewinnen zielgerichtet und langfristig neue Kunden.

Erfolg durch das Verstehen der Mechanismen und Algorithmen

Jeder Internetuser kennt den Begriff Algorithmus und hat eine vage Vorstellung der Bedeutung. Mit entsprechendem Know-how und professioneller Erfahrung kann man sich diese Mechanismen zu Nutze machen und sich einen enormen Vorteil gegenüber der Konkurrenz verschaffen.

Ein professioneller Aufbau des optimalen Produkt-Listings, eine zielgerichtete Schaltung effizienter Werbung, der Einsatz von Planungs- und Controlling-Tools sowie die Umstellung der Organisation bzw. Administrative bei Umsätzen mit Amazon und ähnlichen Plattformen sind die essentiellen und grundlegenden Bausteine eines optimierten Vertriebskonzeptes.

Optimiertes Produkt-Listing als Grundlage des Erfolges

Produkte oder auch Dienstleistungen sind die Grundlagen einer jeden Vertriebspräsenz. Hier gilt aber nicht zwangsläufig „weniger ist mehr“ oder ein möglichst großes Portfolio anzubieten. Nicht harmonisierte Produkt- oder Dienstleistungsportfolios führen sogar zu einem gegenteiligen Effekt, da die Algorithmen möglicherweise verwirrt und falsch konditioniert werden. Eine optimierte und harmonisierte Ausrichtung mit Hinterlegung entsprechender Keywords und Suchkriterien ist der Schlüssel zum Erfolg, zielgerichtet die richtigen Kunden zu finden und anzusprechen.

Die richtige Mischung der Produkt- und Dienstleistungspräsentation

Amazon bietet Anbietern und Händlern eine Vielzahl an Werbemöglichkeiten, um ihre Sichtbarkeit auf der Plattform zu erhöhen und potenzielle Kunden zu erreichen. Die Nutzung dieser Möglichkeiten kann dazu beitragen, das Ranking der Produkte in den Suchergebnissen zu verbessern und damit mehr Traffic und letztendlich mehr Verkäufe zu generieren.

Eine generelle Analyse und individuell gestaltete Werbekanäle durch die optimierte Mischung von Sponsored Ads, Sponsored Display-Ads, Sponsored Brands, Sponsored Video-Ads, unbezahlte Werbemöglichkeiten und Brand-gerechte Harmonisierung der dargestellten Werbeeinheiten führen zu stetiger Steigerung des Erfolges durch zielgerichtete Manipulation der entsprechenden Mechanismen und Algorithmen.

Dies im Zusammenspiel mit einem optimierten Produkt- oder Dienstleistungsportfolio führt zu einer sehr dominanten Präsenz innerhalb des gewählten Marktes bzw. der gewählten Plattform.

Controlling des Erfolges und Ergebnisoptimierung

Dauerhafte Betreuung und Auswertung der Ergebnisse durch eine Analyse der Mehrwertgenerierung durch Unterteilung der Produkt- und Zielgruppen sowie die Vermeidung und Nachverfolgung von Ablaufstörungen tragen zur nachhaltigen Ergebnisoptimierung bei.

Dazu gehören selbstverständlich auch die Überwachung der Finanzen und Rechtskonformität, die Kontrolle und Optimierung der Versandabwicklung und Lagerorganisation inkl. Ablaufsteuerung von der Bestellung bis zum Versand sowie die Analyse der Prozesssteuerung und Datenverwaltung.

E-Commerce und Fulfillment sollte dringend umgesetzt werden

Die beschriebenen Maßnahmen klingen häufig nichtssagend und hochtrabend. Dahinter versteckt sich aber vielschichtiges und tiefgreifendes Verständnis von Prozessen, welche die entsprechenden Plattformen automatisieren und steuern. Daher ist entsprechendes Know-how, besagte Prozesse zielgerichtet zu manipulieren, nicht zu unterschätzen.

In aktuellen Unternehmenssanierungen und Insolvenzverfahren in Eigenverwaltung werden beschriebene Bereiche zwecks Unternehmenswachstum und Geschäftsfelderweiterung bereits sehr erfolgreich umgesetzt.

Auch für laufende und gesunde Betriebe können diese Optimierungen einen signifikanten Mehrwert an Umsatz und Ertrag erzielen.

In der heutigen Zeit ist es ein großes Versäumnis, eigene oder gehandelte Produkte bzw. Marken ohne professionelles E-Commerce über die entsprechenden Handelsplattformen und speziell Amazon zu vermarkten.

Der Bereich E-Commerce spielt aber auch im Dienstleistungssektor eine immer wichtigere Rolle. Nahezu alle beschriebenen Maßnahmen können auch hier zum Einsatz gebracht werden.

Sprechen Sie uns gerne an, um zu diskutieren, welche Möglichkeiten für Ihre Produkte und / oder Dienstleistungen sinnvoll und umsetzbar sind.