

Das Weihnachtsgeschäft geht online!

E-Commerce macht den Unterschied – auch und gerade im Weihnachtsgeschäft. In der unternehmerin präsentieren drei erfolgreiche Unternehmerinnen Online-Strategien für's Weihnachts-Business.

Text: Birgit Vollmeier

Die Corona-Krise hat Österreich wieder voll im Griff. Umso wichtiger ist es für Unternehmerinnen, aus dem Weihnachtsgeschäft trotzdem das Beste herauszuholen – mit



„Eine Content-Strategie kann nur dann Früchte tragen, wenn man sich darüber im Klaren ist, wer die Buyer Persona ist!“
Susanne Scheiblauer

E-Commerce. Das Online-Geschäft boomt, denn drei Viertel (74 Prozent) der Österreicherinnen und Österreicher befüllen mindestens einmal im Monat ihren Online-Warenkorb. Mehr als jede/r Fünfte tut das sogar wöchentlich. In der unternehmerin verraten drei Unternehmerinnen, was beim weihnachtlichen E-Commerce besonders zu beachten ist.

Stimmungsvoller Auftritt

Nicht von Ungefähr trägt Susanne Scheiblauer's Geschäft in der Badener Innenstadt den Namen „Besonders –

Schönes für stilvolle Momente“, in dem sie ausgewählte Papeterie, Wohnaccessoires sowie Design-Produkte mit Fokus auf skandinavischen Schick verkauft. Die Expertin für's Wohlfühlen vertraut auch bei ihrer weihnachtlichen Online-Strategie auf Persönliches, das von Herzen kommt. Ihr Online-Shop sorgt mit achtsam ausgesuchten und auf die Jahreszeit abgestimmten Artikeln auf den ersten Blick für Weihnachtsstimmung. Für sie ist das A und O einer erfolg-

reichen Online-Strategie die Kundinnen genau zu kennen: „Eine Content-Strategie kann nur dann Früchte tragen, wenn man sich darüber im Klaren ist, wer die Buyer Persona ist!“ Von speziellen Aktionen und Rabatten nimmt sie im Weihnachtsgeschäft Abstand und setzt auf ein wohldurchdachtes Weihnachts-Sortiment, stimmige Momente auf Facebook und Instagram sowie vor allem auf ein Höchstmaß an Kundenservice. Diesem verpflichtet, beglückte sie vergangenes

Jahr eine erkrankte Kundin quasi in letzter Sekunde mit einem wunderschönen Adventskranz. „Danke, dass Sie meinen Advent zu etwas Besonderem gemacht haben!“, erinnert sie sich noch heute an die Worte der Kundin. Für Scheiblauer eines der schönsten Komplimente, die man als Unternehmerin bekommen kann.

Gezieltes Angebot und Services

Auch für Patrizia Faschang, Inhaberin und Geschäftsführerin der im Innviertel beheimateten Agentur „webdots“ nehmen Emotionen naturgemäß zu Weihnachten einen



„Mit welchem Service kann ich meinen Kundinnen wirklich helfen ist die Frage, die sich alle Unternehmerinnen stellen sollten. Egal, ob Weihnachten oder nicht!“
Patrizia Faschang

hohen Stellenwert ein. Die erfolgreiche Unternehmerin aus der Werbebranche führt dabei als Beispiel das traditionelle XMas-Branding eines amerikanischen Getränkegiganten an, der sämtliche Werbe-

Neue Wege zum Erfolg

maßnahmen punktgenau auf das schönste Fest des Jahres abstimmt – eigenes Weihnachtslied inklusive. Zu einer gelungenen Online-Strategie zählt für sie eine perfekte und vor allem frühzeitige Vorbereitung, die eine Evaluierung vergangener Aktionen ebenso wie die gezielte Abstimmung der Artikel und Maßnahmen auf die eigene/n Zielgruppe/n vorsieht. Nachdem das Kundenportfolio von Patrizia Faschang

sehr breit gefächert ist, hat sie bereits mit den verschiedensten Weihnachtsaktionen Erfahrungen gesammelt und sieht in allen – egal, ob Rabatten, Adventskalendern, Angebotsverknappung in Form eines Artikel-Countdowns oder Gutscheinen – Vorzüge. Vorausgesetzt, sie entsprechen der jeweiligen Kundenpersönlichkeit. Apropos Persönlichkeit: Um sich von der Konkurrenz abheben erachtet Faschang das Thema „Personalisierung“ als besonders wichtig. Dazu zählen für sie die persönliche Ansprache der Kundinnen ebenso wie eine stimmige Auswahl an Produkten und Services: „Ich denke, es gilt vom verkaufsorientierten zum serviceorientierten Denken umzuschwenken. Mit welchem Service kann ich meinen Kundinnen wirklich helfen ist die Frage, die sich alle Unternehmerinnen stellen sollten. Egal, ob Weihnachten oder nicht!“

Echte (Marken-)Werte leben

Viktoria Egger betreibt mit AUGUST digital eine Digital Influencer Marketing Agentur und hat sich mit ihrem Team auf maßgeschneiderte E-Mail-, Social Media-, Content- und Influencer Marketing-Lösungen aus einer Hand spezialisiert. Werte und Relevanz benennt sie als die Kernpunkte jeder erfolgreichen Online-Strategie: „Speziell zu Weihnachten ist es wichtig, die Kundinnen entlang der Customer Journey mit für sie relevanten Inhalten anzusprechen und mit kreativen, markennahen und authentischen Aktionen zu inspirieren und damit zum Kauf zu animieren.“ Corona-bedingt steht für Egger Weihnachten 2020 unter einem ganz besonderen Stern: „Ich denke, vor allem dieses Jahr wird es hei-

ßen, sich etwas mehr Gedanken darüber-zumachen, wie es den Kundinnen wirklich geht. Wir leben in einer Pandemie, viele Menschen werden sich viele Dinge nicht leisten können oder haben Zukunftsängste. Es ist also wichtiger denn je, sich auch als Unternehmen via Social Media zu überlegen, wie man den Menschen ein

„Speziell zu Weihnachten ist es wichtig, die Kundinnen entlang der Customer Journey mit für sie relevanten Inhalten anzusprechen.“
Viktoria Egger

gutes Gefühl bereiten und die Community stärken kann sowie sich als Unternehmen positionieren möchte.“
Einig sind sich alle drei Unternehmerinnen in Bezug auf die absoluten No-Gos im weihnachtlichen Online-Geschäft:

1. Mach niemals falsche Versprechungen! Nichts ist dem Geschäft abträglicher als ein Kunde, der zum Beispiel seine Lieferung nicht rechtzeitig vor dem Fest erhalten hat.
2. Zu viel von Allem: Egal, ob nicht authentische, emotional überladene Werbung, übermäßige Rabatte oder schlechtes Re-Targeting – die Kundinnen können sehr genau zwischen real und fake unterscheiden und werden ihre Kaufentscheidungen langfristig danach ausrichten! ■

<https://besonders-s.at>
<https://www.webdots.at>
<https://www.august.at>

tipps

- Text Tipps