



Erfolg im E-Commerce

durch Vertrauen und gleichbleibende Qualität

„Das Vertrauen ist eine zarte Pflanze:
ist es zerstört, so kommt es so bald nicht wieder.“

(Otto von Bismarck, Deutscher Reichskanzler, 1815 – 1898)

In Zusammenarbeit mit



Herausgeben von



Gliederung

-  **Warum es wichtig ist, eine gleich bleibend hohe Auftragsqualität zu leisten** 4
-  **Wie Qualitätsmanagement funktioniert** 5
-  **Warum es wichtig ist, eigene Kunden zu befragen** 6
-  **Wie das EHI Sie bei der Kundenbefragung unterstützt** 7
-  **Wie Sie kostenlos Kundenmeinungen sammeln** 8
-  **Nutzen Sie die Meinungen Ihrer Kunden!** 9
-  **Ihre Vorteile des Gütesiegel EHI Geprüfter Online-Shop** 10
-  **Über EHI Geprüfter Online-Shop** 11

▶ Intro

In diesem Whitepaper erfahren Sie, wie Sie Ihren Qualitätsanspruch und Ihr Versprechen erfolgreich an den Endkunden kommunizieren. In der Praxis lässt sich dies mit einem Gütesiegel wie „EHI Geprüfter Online-Shop“ und über Kundenmeinungen generieren.

Nutzen Sie dieses Dokument und

- optimieren Sie Ihre Prozesse,
- erhöhen Sie Ihre Qualität,
- schaffen Sie Vertrauen
- und steigern Sie Ihren Umsatz.

Profitieren Sie auch mit Ihrem Online-Shop von der Kooperation **EHI Geprüfter Online-Shop** und **eKomi**. Nur als EHI Geprüfter Online-Shop erhalten Sie das kostenlose **Tool „Kundenmeinungen“**. ■

Info

Wie Sie das Angebot nutzen können, erfahren Sie auf Seite 8.

▶ Warum es wichtig ist, eine gleich bleibend hohe Auftragsqualität zu leisten

Mit der Auszeichnung des eigenen Online-Shops mit dem Gütesiegel EHI Geprüfter Online-Shop dokumentieren und festigen Sie Ihren Anspruch und Ihr Versprechen an den Endkunden, dass

- die Darstellungen der in Ihrem Shop angebotenen Artikel in Preis und Eigenschaft den Tatsachen entsprechen,
- Ihr Kundendienst erreichbar und kompetent ist,
- die Lieferungen schnell und bequem erfolgen,
- die sichere Bezahlung ohne versteckte Zusatzkosten erfolgt,
- eine etwaige Rücksendung problemlos möglich und eine schnelle Rückerstattung bereits erfolgter Zahlungen gewährleistet ist sowie
- spätere E-Mail Werbungen nur mit Erlaubnis und im angemessenen Rahmen erfolgen.

Einen neuen Kunden zu gewinnen, ist eine teure Investition. Je nach Branche und Werbemodell kostet ein Neukunde zwischen 35 und 80 EUR.

Enttäuschen Sie das Vertrauen dieses Neukunden in Ihr Leistungsversprechen durch eine mangelhafte Abwicklung des Auftrages, verlieren Sie nicht nur Ihre Investition, sondern auch künftige Umsätze. Zusätzlich erleiden Sie einen Imageverlust durch die Berichterstattung des enttäuschten Kunden in seinem Freundes- und Bekanntenkreis. Die wirtschaftlichen Folgen sind klar. ■

Das sagt Wikipedia über...

Die Steigerung der Kundenbindung

Zufriedene Kunden können als aktive Referenz wirken, d. h. sie erzählen anderen von ihren positiven Erfahrungen. Auf Dauer kann sich Kundenzufriedenheit zur betriebswirtschaftlich erwünschten Kundenloyalität verfestigen (Markenloyalität bzw. Geschäfts- oder Ladenloyalität). Auf der anderen Seite sind unzufriedene Kunden für jedes Unternehmen eine große Gefahr.

Es hat sich gezeigt, dass unzufriedene Kunden ihre negativen Erlebnisse sehr oft weitererzählen. Zudem wandern enttäuschte Kunden vom Unternehmen ab und wechseln zu einem anderen Anbieter. Mit einer guten Qualitätssicherung und einem Beschwerdemanagement kann diesem Problem vorgebeugt werden.

Quelle: <http://de.wikipedia.org> ■

▶ Wie Qualitätsmanagement funktioniert

Um unzufriedene Kunden zu vermeiden, ist es notwendig, Grundzüge eines einfachen systematischen Qualitätsmanagement zu entwickeln.

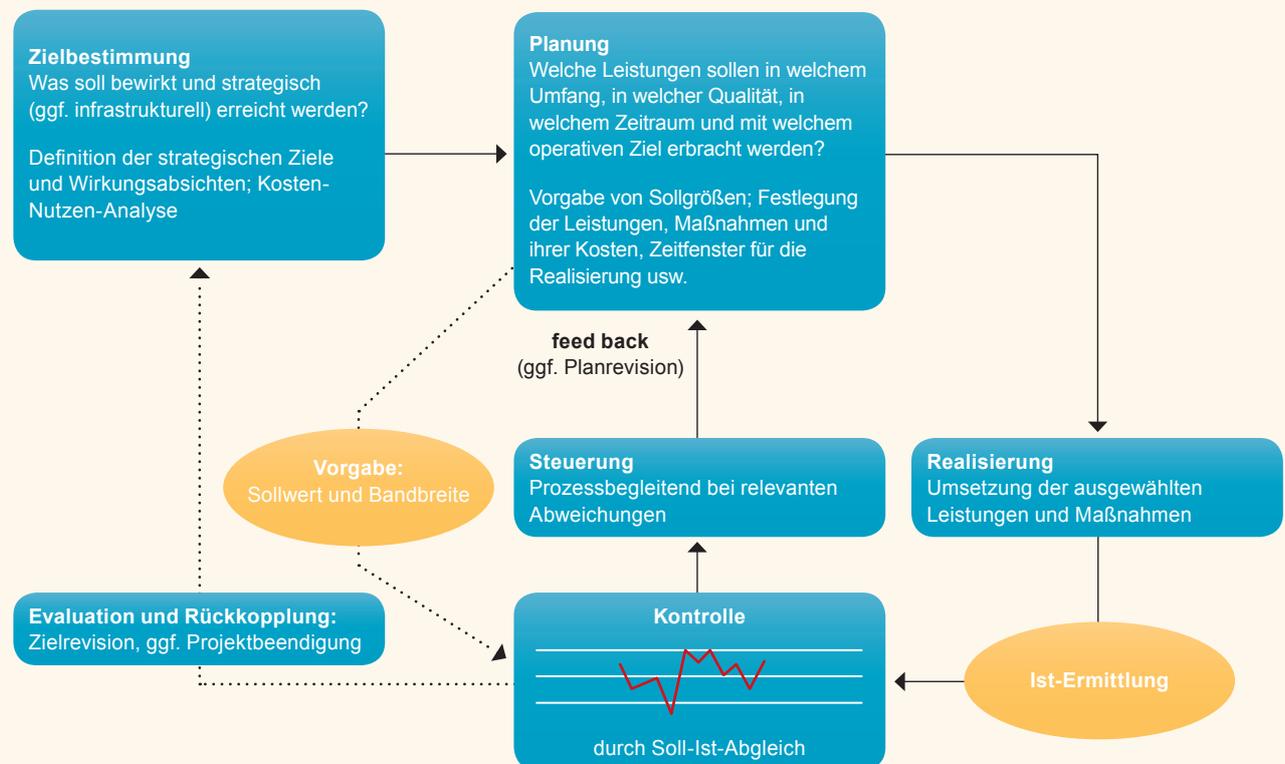
Dabei geht es nicht um bürokratische und durchaus umstrittene Ungetüme wie eine ISO 9000ff Zertifizierung, sondern um die Einhaltung eines Regelkreises aus Zielformulierung, Planung einer Maßnahme, Durchführung der Maßnahme, Zielüberprüfung, Optimierung der Maßnahme und Zielfortschreibung. Dies bezeichnet man als den kybernetischen Steuerungskreislauf.

Kern des Steuerungskreislaufes ist, die Erkenntnis, dass man nur steuern kann, was man auch misst. Ansonsten navigiert man wie der Seemann ohne Sextant und Kompass und die Qualität Ihrer Auftragsabwicklung ist ein zufälliges Ergebnis.

Also überlassen Sie die Steuerung Ihrer Prozesse nicht dem Zufall, sondern nutzen Sie die Instrumente, die wir Ihnen in diesem Whitepaper vorstellen. ■

Der kybernetische Steuerungskreislauf

angelehnt an Macha (1998), Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung. Frankfurt/M. & New York



▶ Warum es wichtig ist, eigene Kunden zu befragen

Um dauerhaft das Vertrauen Ihrer Kunden in Ihren Shop zu erhalten, müssen Sie kontinuierlich die Qualität Ihrer Leistung messen und bei Bedarf schnell Korrekturen vornehmen. Der beste und zielführendste Weg ist die Befragung eigener Kunden und ihre Bewertung der Zufriedenheit.

Die Kundenzufriedenheit zu ermitteln, ist denkbar einfach: Schicken Sie zwei Wochen nach dem Einkauf eine E-Mail mit integriertem Link auf ein Bewertungsformular und lassen Sie den Kunden Ihre Auftragsabwicklung bewerten. Wenn Sie Meinungen sammeln und regelmäßig auswerten, erfahren Sie aus erster Hand, was Sie richtig oder falsch machen.

Dabei ist von entscheidender Bedeutung, dass nur Kunden befragt werden, die tatsächlich eine Einkaufserfahrung mit Ihrem Shop gemacht haben.

Die hohe Qualität und Aussagekraft dieser Meinungsbilder spiegelt die wahre Zufriedenheit Ihrer Kunden wider und ist eine Investition in zukünftige Umsätze. Auf diese einfache Art der kontinuierlichen Kundenbefragung zu verzichten ist fahrlässig. Zu oft wird darauf verzichtet, weil das Organisieren, Sammeln und Auswerten von Meinungen zu aufwendig erscheint. ■

Kundenmeinungsportale versus echte Kundenmeinungen

In offenen Kundenmeinungsportalen besteht die Gefahr, dass von Produktanbietern professionell eigene Produkte beworben werden. Diese Berichte werden nicht als Werbung kenntlich gemacht. Typisch ist, dass die Waren in ihren Eigenschaften hochgelobt werden. Marketingfirmen haben sich auf die Erstellung solcher Berichte spezialisiert, die absichtlich mit kleinen grammatikalischen oder orthographischen Fehlern versehen werden, um den Eindruck zu erwecken, es handele sich um den Bericht eines nicht professionell agierenden Endverbrauchers. Zum eigenen Schutz sollte sich der Verbraucher darum nicht nur auf wenige Bewertungen stützen und besonders bei allzu positiven Berichten vorsichtig sein.

Bei einigen Mitgliedern steht nicht die Weitergabe von gemachten Erfahrungen im Vordergrund, sondern in erster Linie die ausgelobte Vergütung. So schreiben diese Mitglieder dann hauptsächlich „Erfahrungsberichte“ zu höchstvergüteten Produkten. In der Regel sind das drei oder vier Cent pro Lesung und Klick. Diese sogenannten „Erfahrungsfakes“ (Erfindung von imaginären Erfahrungen zu einem Produkt) sind von ehrlichen Erfahrungsberichten nur schwer zu unterscheiden. ■

▶ Wie das EHI Sie bei der Kundenbefragung unterstützt

Als Träger des Siegels EHI Geprüfter Online-Shop lassen wir Sie nicht alleine mit der Aufgabe einer kontinuierlichen und systematischen Messung der Zufriedenheit Ihrer Kunden.

Gerne übernehmen wir für Sie die Organisation, die Befragung, die Strukturierung und die Auswertung der Kundenmeinungen. Dazu müssen Sie einmalig auf Ihrer Bestellbestätigungsseite eine Schnittstelle einbinden, über die Ihr Endkunde einwilligt an der Kundenbefragung teilzunehmen. Von uns erhalten Sie Zugangsdaten zum Backendsystem, in dem Sie Ihre Kundenbewertungen einsehen und auswerten können.

Wir bieten Ihnen die Befragung Ihrer Kunden in Kooperation mit unserem Partner eKomi, dem Spezialisten für Kundenmeinungen, an.

Die Einschaltung des EHI hat für Sie also folgende Vorteile:

- Neutrale Befragung durch das EHI erhöht die Bereitschaft der Kunden zur offenen und ehrlichen Bewertung Ihres Shops
- Keine Zusatzkosten (weder durch Technik, Organisation noch durch Zusatzkosten gegenüber dem EHI)
- Ausgereifte Technik und ständige Weiterentwicklung

Das EHI bietet also alle Bestandteile eines erfolgsorientierten Kundenmanagement- und Qualitätssicherungssystems:

- Mit dem Siegel EHI Geprüfter Online-Shop auf der Homepage Ihres Online-Shops dokumentieren Sie die unabhängige und erfolgreich bestandene Prüfung Ihres Geschäftes und versprechen dem Kunden einen sorgenlosen Einkauf.
- Mit der EHI Reklamationsbearbeitung und Schlichtungsstelle unterstützen wir Sie auch bei schwierigen Fällen und können so aus unglücklichen Kunden dann doch glückliche Wiederkäufer machen.
- Mit dem integrierten Kundenmeinungstool von eKomi, das Träger unseres Siegels kostenfrei zur Befragung Ihrer Kunden einsetzen können, steht Ihnen ein ausgereiftes Werkzeug zur Verfügung, um eine kontinuierliche Messung Ihrer Dienstleistungsqualität sicherzustellen.

Alles aus einer Hand. Bequemer geht's nicht. ■

▶ Wie Sie kostenlos Kundenmeinungen sammeln

Das Team von EHI Geprüfter Online-Shop unterstützt Sie bei der Umsetzung.

a Wenn Sie schon EHI Geprüfter Online-Shop sind:

In diesem Fall haben Sie schon eine gute Basis für einen nachhaltigen Erfolg im E-Commerce geschaffen. Damit profitieren Sie als Händler mit dem Gütesiegel EHI Geprüfter Online-Shop schon vom Vertrauen der Kunden. Als nächsten Schritt können Sie die gleichbleibende Auftragsqualität Ihres Online-Shops erzeugen. Möglich wird das durch das kostenlose **Tool „Kundenmeinungen“**. Der weitere Ablauf:

So einfach geht das:



1 Kostenloses Tool „Kundenmeinungen“ bestellen

Klicken Sie auf www.shopinfo.net/kundenmeinungen und bestellen Sie bequem die kostenlose Erweiterung.

2 Implementierung des Tools „Kundenmeinungen“

Sie erhalten per E-Mail die Zugangsdaten und eine Anleitung zur Implementierung des Kundenmeinungstool in Ihren Online-Shop. Bei technischen Fragen stehen Ihnen unsere Techniker mit Rat und Tat zur Seite.

3 Kundenmeinungen sammeln

Sie sammeln Kundenmeinungen und haben als Händler Zugriff auf diese Beurteilungen. Sie profitieren vom Monitoring und erkennen mögliche Schwächen in Ihren Prozessen. Jetzt können Sie reagieren.

b Wenn Sie noch kein EHI Geprüfter Online-Shop sind:

Profitieren Sie von dem Gütesiegel EHI Geprüfter Online-Shop mit dem kostenlosen **Tool „Kundenmeinungen“**. Technisch wird die Erweiterung durch unseren Kooperationspartner und Kundenmeinungsspezialisten eKomi umgesetzt. So erhalten Sie ein hochwertiges Produkt aus einer Hand und schaffen eine sehr gute Basis für einen nachhaltigen Erfolg im E-Commerce.

So einfach geht das:



1 Gütesiegel und kostenloses Tool „Kundenmeinungen“ bestellen

Klicken Sie auf www.shopinfo.net/bestellen und bestellen Sie bequem die Shopprüfung für das Gütesiegel und das kostenlose **Tool „Kundenmeinungen“**. Sie erhalten von uns danach die Unterlagen per Post und E-Mail zugeschickt.

2 Implementierung des Tools „Kundenmeinungen“ + Prüfung Online-Shop für Gütesiegel

Sie erhalten von uns eine E-Mail mit einer Anleitung für die Implementierung des Plugins für die Kundenmeinungen in Ihren Online-Shop. Bei Fragen zur Einbindung des Plugins stehen Ihnen unsere Techniker natürlich auch telefonisch mit Rat und Tat zur Seite. Zeitgleich prüfen wir Ihren Shop für die Zertifizierung und senden Ihnen den detaillierten Prüfbericht zu.

3 Kundenmeinungen sammeln

Sie sammeln Kundenmeinungen und haben als Händler den Zugriff auf diese. Ab sofort, noch vor der Verleihung des Siegels, profitieren vom Monitoring und erkennen mögliche Schwächen in Ihren Prozessen, Entwicklungen und haben die Möglichkeit zu reagieren.

4 Optimierung Online-Shop für Gütesiegel

Sie haben Zeit die Nachbesserungen umzusetzen. Wir stehen Ihnen dabei natürlich zur Seite.

5 Verleihung des Siegels

Fertig – bei erfolgreicher Endkontrolle verleihen wir Ihnen das Siegel. ■

▶ Nutzen Sie die Meinungen Ihrer Kunden!

Shopbewertungen – Erfolg mit Empfehlungsmarketing

Word of Mouth – Empfehlungsmarketing bekommt im E-Commerce ein immer stärkeres Gewicht. Im Mittelpunkt steht die Frage: Was denkt mein Kunde über meinen Shop, mein Produkt, meine Dienstleistung? Wie erreiche ich eine positive Mund-zu-Mund-Propaganda?

Echte Kundenmeinungen mit sicherer Technologie

eKomi sammelt mit einer sicheren Technologie garantiert echte Kundenmeinungen. Die Software wird auf Ihrem Server installiert und sendet einen Bewertungslink mit Ihrer Kennung nach dem Versand der Ware per Email an den Kunden.

Ihr Kunde kann den Verkaufsprozess nur über diesen Link und nur einmal bewerten. Zusätzlich kann Ihr Kunde Produktbewertungen abgeben. Diese Art der Erhebung von Feedback ist extrem effizient und unabhängig.

Feedback-Management durch internationales Team

Das erfahrene, internationale Kundenmeinungsmanagement-Team von eKomi bearbeitet die Bewertungen und schaltet zunächst die positiven frei. Bei nicht 100% positivem Feedback vermittelt eKomi zwischen Shopbetreibern und Käufern und erreicht so häufig einen positiven Ausgang. Ein Schlichtungsverfahren verhindert zudem teure Rechtsstreits.

Potential der Kundenmeinungen

Internetnutzer verlassen sich auf Empfehlungen: Fast jeder zweite User gibt an, dass Nutzermeinungen schon seine Meinung von einer Marke beziehungsweise einem Produkt beeinflusst haben.

(Umfrage unter mehr als 125.000 deutschsprachige Internetnutzern von Fittkau & Maaß; Dezember 2009)

Positive Meinungen:

- Word of Mouth
- Empfehlungsmarketing
- Ausbau der Stärken

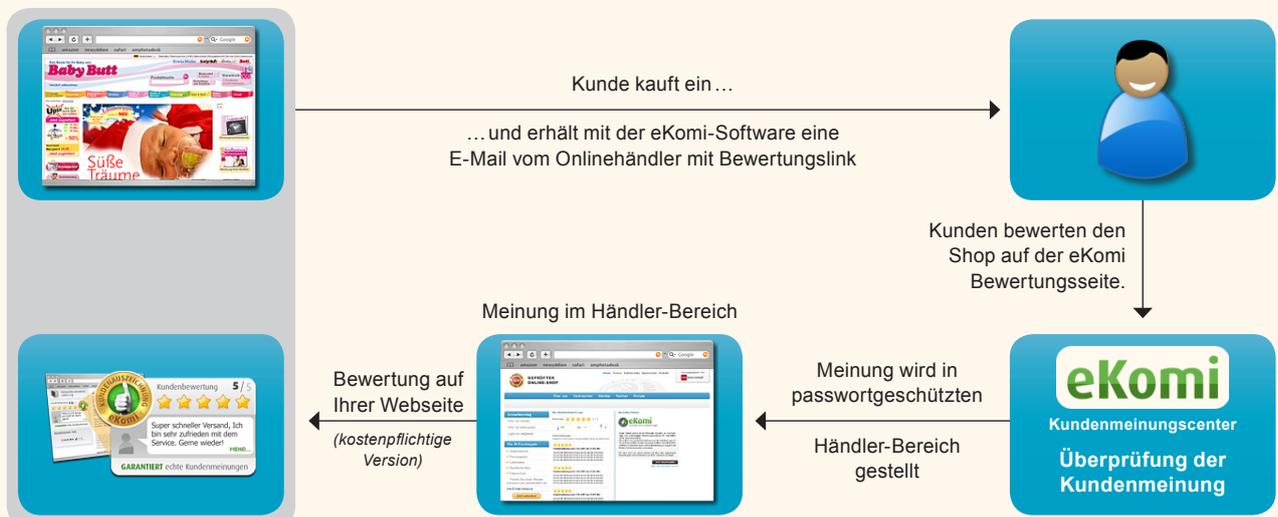
Neutrale Meinungen: Tipps

- Relevanz einschätzen
- Verbesserungsvorschläge der Kunden einbeziehen

Negative Meinungen: Kritik

- Schwächenanalyse
- Optimierung der Prozesse
- Anpassung der Services ■

So funktioniert eKomi ...



▶ Ihre Vorteile des Gütesiegel EHI Geprüfter Online-Shop

EHI Geprüfter Online-Shop: Ziel und Wirkung

Die Kooperation zwischen dem Händler und dem EHI als Herausgeber des Siegels EHI Geprüfter Online-Shop vermeidet Unsicherheiten, deckt Schwachstellen im Shop auf und liefert Lösungen für die bekannten Probleme. Grundlage der Zusammenarbeit ist das intensive Prüfungsverfahren, in dem der Händler seine Website und die Prozesse rund um die Bestellung durchleuchten lässt. Im Prüfungsverfahren informiert ein umfangreicher Prüfungsbericht präzise über alle überprüften Sachverhalte. Werden Mängel aufgedeckt, erhält der Händler detaillierte Handlungsempfehlungen und Muster.

Neben vielen kleinen und mittelständischen Händlern nutzen bereits 50 der 100 größten deutschen Versandhändler das Siegel EHI Geprüfter Online-Shop. Insgesamt sind schon mehr als 350 Händler vom EHI ausgezeichnet.

Alle Details über das Siegel: www.shopinfo.net

Mehr Umsatz durch EHI Geprüfter Online-Shop?

Diese Frage hat die aktuelle wissenschaftliche Studie des E-Commerce-Center Handel (Köln) methodisch analysiert. In rund 15.000 simulierten Käufen mit über 500 Probanden konnten über 55 Prozent mehr Einkäufe durch den Einsatz des EHI-Internet-Gütesiegels „Geprüfter Online-Shop“ generiert werden.

Hohe Qualität im Prüfungsverfahren

Händler erwarten zu Recht eine seriöse und zuverlässige Überprüfung ihres Online-Shops. Durch unsere hohe Prüftiefe zeigen wir dem Händler in seinem Shop alle Punkte auf, die problematisch sind oder werden können. Dazu gehören auch vermeintliche Kleinigkeiten, die z. B. regelmäßig zu Abmahnungen führen können. Neben dem Prüfprotokoll bieten wir unseren Kunden deshalb umfangreiche FAQ und Muster zu allen Fragen aus der Praxis. Jeder Shop wird jährlich neu überprüft und permanent mit den „Member-News EHI Geprüfter Online-Shop“ über gesetzliche Neuerungen und Abmahngefahren informiert. So wird die Nachhaltigkeit der Zertifizierung über die gesamte Laufzeit gesichert.

Top-Bewertung in Gütesiegel-Tests

Die Fachpresse stellt regelmäßig fest, dass nur sehr wenige Siegel eine seriöse und zuverlässige Überprüfung der Online-Shops sicherstellen. Auch die bekannte Zeitschrift „Computer Bild“ (Ausg. 3/2009) hat Internet-Gütesiegel einer gründlichen Prüfung unterzogen. Das Urteil über das Siegel des EHI Retail Institute ist eindeutig: „Für eine Zertifizierung muss der Shop umfassende Rechts- und Sicherheitskriterien einhalten. Geprüft wird auch die Preistransparenz. [...]“. Andere Siegel seien aus Kundensicht nutzlos, weil die Zertifizierung nur auf minimalen Anforderungen basiert. Für den Test wurden alle zur Verfügung gestellten Unterlagen von Internetexperten und einem Juristen ausgewertet. ■

▶ Über EHI Geprüfter Online-Shop

Copyright © 2009 by
EHI Retail Institute GmbH
Spichernstraße 55
50672 Köln

Sprechen Sie uns an:

Olaf Kluth

Fon: + 49(0)221-5 79 93-13
E-Mail: kluth@shopinfo.net

Thorsten Scharmacher

Fon: + 49(0)221-5 79 93-63
E-Mail: scharmacher@shopinfo.net

Besuchen Sie uns im Internet:

www.shopinfo.net



Das EHI Retail Institute ist ein wissenschaftliches Institut des Handels. Zu unseren 500 Mitgliedern zählen internationale Handelsunternehmen und deren Branchenverbände, Hersteller von Konsum- und Investitionsgütern und verschiedene Dienstleister.

Das EHI Retail Institute...

- erforscht die Zukunftsthemen des Einzelhandels
- organisiert Konferenzen und Arbeitskreise
- veröffentlicht im eigenen Verlag und ist Partner der Messe Düsseldorf bei der EuroShop, der weltgrößten Investitionsgütermesse für den Handel.