

So nutzen Sie Weihnachten für Ihren Online-Shop





Der Duft von Spekulatius und Zimt löst den der Sommerblumen nahtlos ab. Kaum wird es wieder früher dunkel, steht auch schon das Weihnachtsgeschäft vor der Tür.

Erfahrene Shopbetreiberinnen und Shopbetreiber wissen, dass mit der Vorbereitung fürs Weihnachtsgeschäft eigentlich gar nicht früh genug angefangen werden kann. Denn mehr als 20% der gesamten Online-Verkäufe in Europa erfolgen in der Vorweihnachtszeit.

Mit ein wenig Vorlauf und guter Vorbereitung kann es also kräftig in der Kasse klingeln. Wenn Sie wollen, dass Ihr Weihnachtsgeschäft besonders erfolgreich wird, sollten Sie auf folgende Punkte achten.

Planen Sie Vorlaufzeit bei Agenturen und Partnern ein

Nicht nur für den E-Commerce bedeutet die Weihnachtszeit die arbeitsreichste Zeit des Jahres. Auch für Ihre Agenturen und Partner ist das vierte Quartal eine sehr intensive Zeit mit unzähligen Meetings, To-Dos und Abstimmungen zu kommenden Kampagnen.

Berücksichtigen Sie in Ihren Planungen daher eine gewisse Verzögerung bei Ihren Partnern und planen Sie mehr Zeit ein.

Weihnachtliche Gestaltung

Achten Sie darauf, dass Ihr Shop weihnachtlich gestaltet ist. Auch wenn es wie eine Nebensache erscheint, Kundinnen und Kunden fühlen sich gleich viel wohler, angemessen "abgeholt" und kommen schneller in die weihnachtliche Kauf-Stimmung. Nicht nur der Look des Shops, sondern auch Produktbilder können adäquat überarbeitet werden und für vorweihnachtliche Stimmung sorgen.

Passende Produkte herausstellen

Ihre weihnachtlichen Bestseller, beziehungsweise die Produkte mit dem größten Potential, sollten besonders hervorgehoben werden. Wählen Sie die Produkte, die in ausreichender Menge, zu einem attraktiven Preis und mit genügend Marge über eine Standalone-Kampagne als Special angeboten werden können.

Stellen Sie sicher, dass die Lieferung auch bis Weihnachten klappt, rechnen Sie mögliche Retouren ein.

Weihnachtliche Landingpages

Bieten Sie auf verschiedenen Landingpages eine Auswahl weiterer Geschenkideen an, die für Ihre Kundschaft interessant sein könnte. Diese können Sie prominent auf der Shop-Homepage darstellen und Ihren Kundinnen und Kunden so dabei helfen, die passenden Geschenke für ihre Lieben zu finden.



Bereiten Sie sich auf hohe Besucherzahlen vor

In der Weihnachtszeit wird mehr geschoppt und gestöbert. Stellen Sie sich deswegen auf einen Anstieg der Besucherzahlen und die damit verbundenen Transaktionen ein, die Ihr System eventuell überlasten können.



Für mobile Geräte optimieren

Immer mehr Käuferinnen und Käufer kaufen ihre Weihnachtseinkäufe auf mobilen Geräten (Smartphone & Tablets) ein. Das kontinuierliche Wachstum des mobilen Traffic gekoppelt mit aktuellen Entwicklungen im Bereich Mobile macht ein optimiertes Kundenerlebnis zwingend notwendig.

Mobile First – nach diesem Motto überprüfen Sie, ob Ihre Seiten auf allen Devices gleich gut aussehen und zum Shoppen und Verweilen einladen. Auch die Produktbilder sollten auf Auflösung und Größe überprüft werden.

Gutscheine und Aktionen

Bieten Sie Gutscheinaktionen an oder Sonderangebote, die es in anderen Shops so nicht gibt. Verpacken Sie das ganze als Weihnachts-Aktion und bieten Sie Sonderaktionen an, die nur einem Tag gültig sind. Vielleicht als Weihnachtskalender? Bieten Sie – wenn möglich – Bundle-Aktionen an.

Das heißt: **Ihre Kundschaft kauft ein Kleidungsstück und bekommt ein passendes Kleidungsstück oder passendes Accessoire gratis dazu.**

Oder Sie empfehlen Kunden zusätzlich ein anderes Produkt, das zu dem bereits gewählten passt. So lässt sich der Wert des Warenkorbs schnell erhöhen. Bewährte Aktionen sollten Sie wiederholen. Welche Aktionen waren im Jahresverlauf und im letzten Weihnachtsgeschäft erfolgreich? Sortieren Sie die weniger erfolgreichen Aktionen aus und konzentrieren Sie sich auf Ihre bewährten Zugpferde.

Das perfekte Geschenk: der Gutschein

Kann man bei Ihnen auch Einkaufsgutscheine erwerben? Stellen Sie auch das in den Vordergrund. Zu keiner anderen Zeit im Jahr werden Gutscheine so häufig gekauft, wie zu Weihnachten.



Weihnachtliche Geschenkverpackung

Sie bieten eine Geschenkverpackung an? Dann aber bitte mit ordentlich Bezug zum Fest. Punkten Sie bei den Usern mit stimmungsvoller und origineller Weihnachtsverpackung, wenn möglich.

Nutzen Sie die weihnachtliche Verpackung als Upsell oder Anreiz mehr Produkt in den Warenkorb zu legen – “Ab 75€ Warenkorbwert ist die weihnachtliche Verpackung gratis!”.

“Geld-zurück”- Garantie

Bieten Sie eine “Geld-zurück”-Garantie über die Feiertage hinweg an. Vielleicht sogar bis in die erste Januarwoche. Fehlgeschlagene Geschenke oder falsch gekaufte Geschenke können so besser umgetauscht werden. Auch wenn Sie es als Händler*in vielleicht nicht unbedingt wollen – Ihre Kundschaft ist schneller zum Kauf bereit, wenn sie sich abgesichert fühlen.

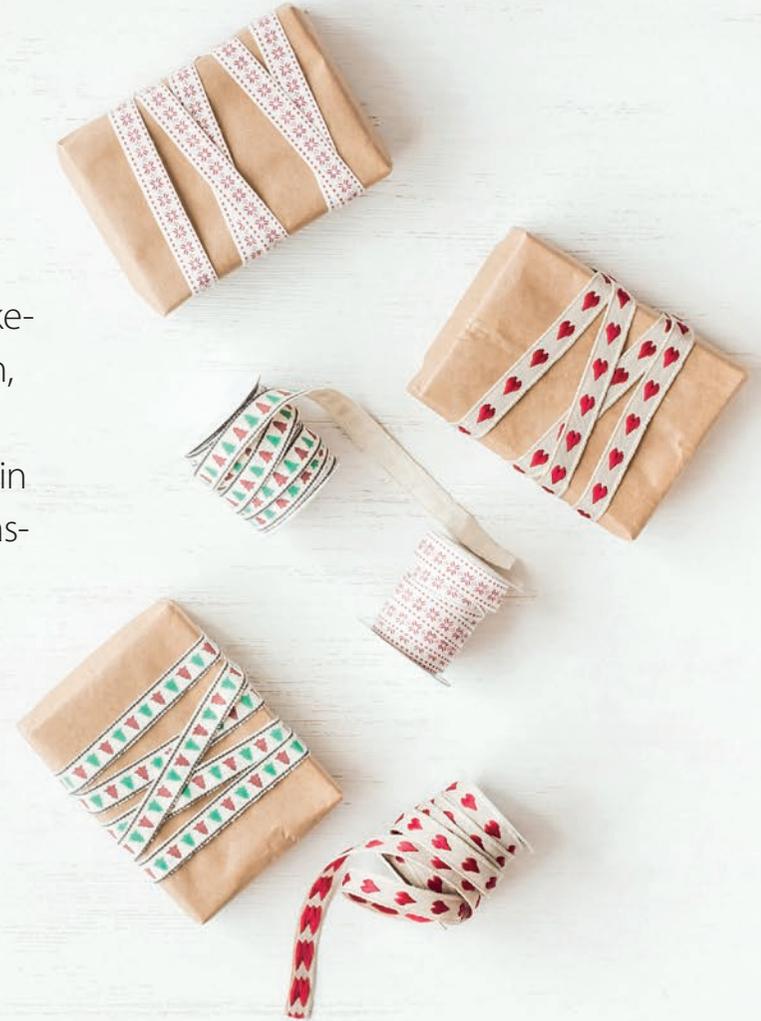


Weihnachtliche Werbung

Buchen Sie Werbung rechtzeitig bei Ihren bevorzugten Publishern. Die ohnehin schon umkämpften Werbeplätze sind bei den Top-Publishern besonders zur Weihnachtszeit schnell vergriffen.

Belegen Sie frühzeitig Highlight-Plätze mittels absoluter Top-Aktionen. Investieren Sie auch mal einen Werbekostenzuschuss, um auf den heiß begehrten Plätzen ganz vorn im Mittelpunkt zu erscheinen.

Auch sollten Sie Ihre Social Media-Marketingkampagnen rechtzeitig vorbereiten, damit Sie sich komplett auf das Fulfillment konzentrieren können und nicht in letzter Minute noch Facebook-Posts basteln müssen.



Versandzeiten für ein frohes Fest

Weisen Sie Ihre Kundschaft auf den letztmöglichen Versandtermin hin und fertigen Sie eine kleine Guideline zum pünktlichen Versand an: **Bis wann muss bestellt werden, damit die Sendung noch rechtzeitig ankommt? Bis wann mit Express-Versand?**

Beachten Sie auch das hohe Versandaufkommen zu Weihnachten und halten Sie mit Ihrem Versanddienstleister Rücksprache.

Retouren vermeiden

Es gibt kaum etwas, was Shopbetreiber*innen so sehr nervt wie retournierte Ware. Besonders in der Weihnachtszeit werden viele Produkte zurück geschickt.

Retournierte Geschenke, die nicht gefallen, lassen sich leider kaum vermeiden. Jedoch treibt nichts die Retourenquote zu Weihnachten stärker in die Höhe als verspätet ankommende Geschenke. Neben dem Versanddienstleister sind auch Sie als Shop-Betreiber*in ein entscheidender Faktor.

Sorgen Sie für genügend Kapazitäten im Fulfilment, um auch Leistungsspitzen abzufedern und eine reibungslose Auslieferung ihrerseits zu gewährleisten. Zusätzlich sollten Sie den vorherigen Punkt unbedingt beachten

Weihnachts-Mailings

Formulieren Sie eine Werbemails kurz und knackig. Betonen Sie den Mehrwert für die Empfängerinnen und Empfänger. Nutzen Sie die Betreffzeile als Teaser.

Ihre Kundschaft sollte schon im Betreff erkennen, was sie beim Öffnen der Mail erwartet (Produkt, Rabatt, usw.) und ob es sich für sie lohnen könnte.

Fordern Sie die Empfänger*innen zum Handeln auf, indem Sie z.B. eine besonderes Angebot zeitlich limitieren und einen klaren Call-to-Action formulieren.

Die Interessenten, die auf Ihre Weihnachtssaktion reagiert haben, sind wertvolle Leads und gehen in Ihren Adressbestand über. Auch wenn nicht sofort gekauft wurde – ein späteres Angebot im Januar könnte vielleicht passen.



Geldgeschenke nutzen

Die Zeit nach Weihnachten sollten Sie ebenfalls nutzen, denn Geldgeschenke zu Weihnachten erfreuen Sie nach wie vor großer Beliebtheit. Schwimmen Sie gegen den Strom und schaffen Sie Anreize und Aktionen für potentielle Käuferinnen und Käufer nach dem Fest. Bieten Sie Ihrer Kundschaft mittels nachgelagerter Aktionen die Möglichkeit, das eingesammelte Weihnachtsgeld von Opa und Oma bei Ihnen zu investieren.

E-Commerce Weihnachtscheckliste

Einfach ausdrucken und abhaken!



1. Richten Sie Ihre Server und die IT-Infrastruktur auf mehr Traffic ein
2. Bereiten Sie die interne Kommunikation/Logistik auf eine schnelle und reibungslose Abwicklung der Bestellungen ein
3. Stellen Sie Ihr Support-Team auf einen starken Ansturm ein
4. Stellen Sie sicher, dass Ihr Online-Shop in der Weihnachtszeit keine großen Updates bekommt
5. Vermeiden Sie Neuentwicklungen in der Weihnachtssaison, eine Downtime kann sehr teuer werden
6. Vergewissern Sie sich, dass Ihre Angestellten auf das Weihnachtsgeschäft vorbereitet sind
7. Stellen Sie sicher, dass Ihr User-tracking funktioniert und Ihre Verkäufe genau dokumentiert werden
8. Gestalten Sie Ihren Shop weihnachtlich
9. Gestalten Sie Landingpages mit exklusiven Weihnachtsangeboten
10. Setzen Sie Rabattgutscheine/ Codes extra für das Weihnachtsgeschäft auf
11. Versuchen Sie so viele Bewertungen wie möglich zu sammeln, um Ihrer Kundschaft die Relevanz Ihres Shops zu zeigen (nutzen Sie die Lösung von Trusted Shops)
12. Stellen Sie sicher, dass Ihr Gütesiegel gut sichtbar ist und Sie Ihrer Kundschaft die Geld-zurück-Garantie anbieten
13. Überprüfen Sie die Navigation auf Ihrer Webseite und auch dass der Checkout einfach und übersichtlich ist

- 14. Stellen Sie sicher, dass Sie viele Zahlungsmöglichkeiten anbieten und keine Kundschaft verlieren, weil die favorisierte Zahlungsmöglichkeit fehlt
- 15. Optimieren Sie Ihre Weihnachts-Landingpage mit den für Weihnachten relevanten Schlüsselbegriffen, um bei Google gefunden zu werden
- 16. Verlinken Sie Ihre Weihnachtsseite zu den Top-Produkten, um durch die Verlinkung mehr Traffic über Google zu bekommen
- 17. Zeigen Sie Ihr Gütesiegel an einer prominenten Platzierung
- 18. Bereiten Sie Ihre Google Ads und Social Media-Kampagnen vor
- 19. Kalkulieren Sie mit höheren Kosten für Anzeigen in der Vorweihnachtszeit
- 20. Stellen Sie sicher, dass Ihre Google-Sterne angezeigt werden
- 21. Starten Sie rechtzeitig mit einer E-Mail-Kampagne, die Ihre Kundschaft über Weihnachtsangebote informiert
- 22. Optimieren Sie den Bestellprozess auf Ihrer Seite. Ihre Kundschaft wünscht sich einen reibungslosen Einkauf
- 23. Überprüfen Sie alle bestehenden Verträge mit Ihren Logistik-Dienstleistern auf die zunehmende Belastung im Weihnachtsgeschäft
- 24. Sehen Sie zu, dass die Topseller und die Produkte, die vor allem in der Weihnachtszeit bestellt werden, alle in großer Stückzahl auf Lager sind
- 25. Überprüfen Sie genau, wie Sie Retouren abwickeln
- 26. Führen Sie lokale Produkte in Ihrem Shop

- 27. Vergeben Sie Shop-Coupons an jeden, der in Ihrem Shop einkauft – das kurbelt den Umsatz an
- 28. Stellen Sie ausreichend Produkte in Ihrem (lokalen) Shop aus
- 29. Schaffen Sie ausreichend Raum für Ihre Kundschaft, damit diese sich frei bewegen und Produkte evtl. ausprobieren kann, wenn Sie ein lokales Geschäft haben
- 30. Alle Angebote des Tages sollten extra ausgezeichnet und kenntlich gemacht werden
- 31. Jedes Produkt im Geschäft ist gut erreichbar einsortiert, die populären Waren sollten in gesonderten Bereichen angeboten werden, um überfüllte Bereiche im Geschäft zu vermeiden
- 32. Geschenkpapier und sollte Einkaufstaschen (aus Papier) mit Weihnachtsmotiven sollten in ausreichender Menge vorrätig sein
- 33. Bieten Sie einen Einpack-Service mit Weihnachtspapier an
- 34. Besetzen Sie die Kassen zu den Hauptzeiten doppelt
- 35. Überprüfen Sie alle Überwachungskameras auf ihre Funktionalität

Trusted Shops steht für Vertrauen im E-Commerce

Trusted Shops ist mit über 20 Jahren Erfahrung und mehr als 30.000 Shops Europas führende Vertrauensmarke im E-Commerce.

Mit dem Trusted Shops Gütesiegel zeigen Online-Shops, dass sie strenge Qualitätskriterien erfüllen – auch über gesetzliche Bestimmungen hinaus. Dazu gehören u. a. der verantwortungsvolle Umgang mit sensiblen Daten und ein verlässlicher Kundenservice.

**Kontakt mit unseren Experten
aufnehmen**

Der Trusted Shops Käuferschutz ermöglicht darüber hinaus Shopping ohne finanzielles Risiko.

Für maximale Transparenz sorgen außerdem die Shop- und Produktbewertungen, die auf Echtheit geprüft sind.

 +49 2 21 7 75 36-58
 sales@trustedshops.com
 business.trustedshops.de/blog



Käuferschutz



4.80

Sehr gut