

David gegen Goliath

oder

Wie sich Österreichs KMU
gegen globale Anbieter behaupten
können.



DI (FH) Georg Koch
CCO
HEROLD Business Data GmbH

Österreich ist online

- 83% ab 14 Jahren (6,12 Mio. Personen) nutzen das Internet*
- 74% (5,42 Mio Personen) tun das mehrmals pro Woche*

* Quelle: Integral AIM – Austrian Internet Monitor, rep. Österr. ab 14; 4. Qu. 2014, n=1000 pro Quartal

Foto: istockphoto

WWW – Die Basis für Kaufentscheidungen

- 63% suchen hier nach Anbietern von Produkten und Dienstleistungen*
- 62% haben bereits online eingekauft
= 4,52 Mio. Personen*
- 90% lesen Bewertungen im Internet;
50% davon sagen, dass Bewertungen großen bzw. sehr großen Einfluss auf ihre Kaufentscheidungen haben**

Quellen: *Integral AIM – Austrian Internet Monitor, rep. Österr. ab 14; 4. Qu. 2014, n=1000 pro Quartal;

**Studie meinungsraum, 01/2015, 1000 Interviews repräsentativ für die österreichische Bevölkerung von 14-65 Jahren nach Alter, Geschlecht Bundesland und Bildung

Kapitalstarke, international agierende Player drängen in den Markt

ICH
BIN
DER
HEROLD!



Erfolgreiche Start-ups bringen etablierte Unternehmen unter Druck

ICH
BIN
DER
HEROLD!

Teilen ist das neue
Besitzen?

Share



Shopper-Report 2015 online vs. offline

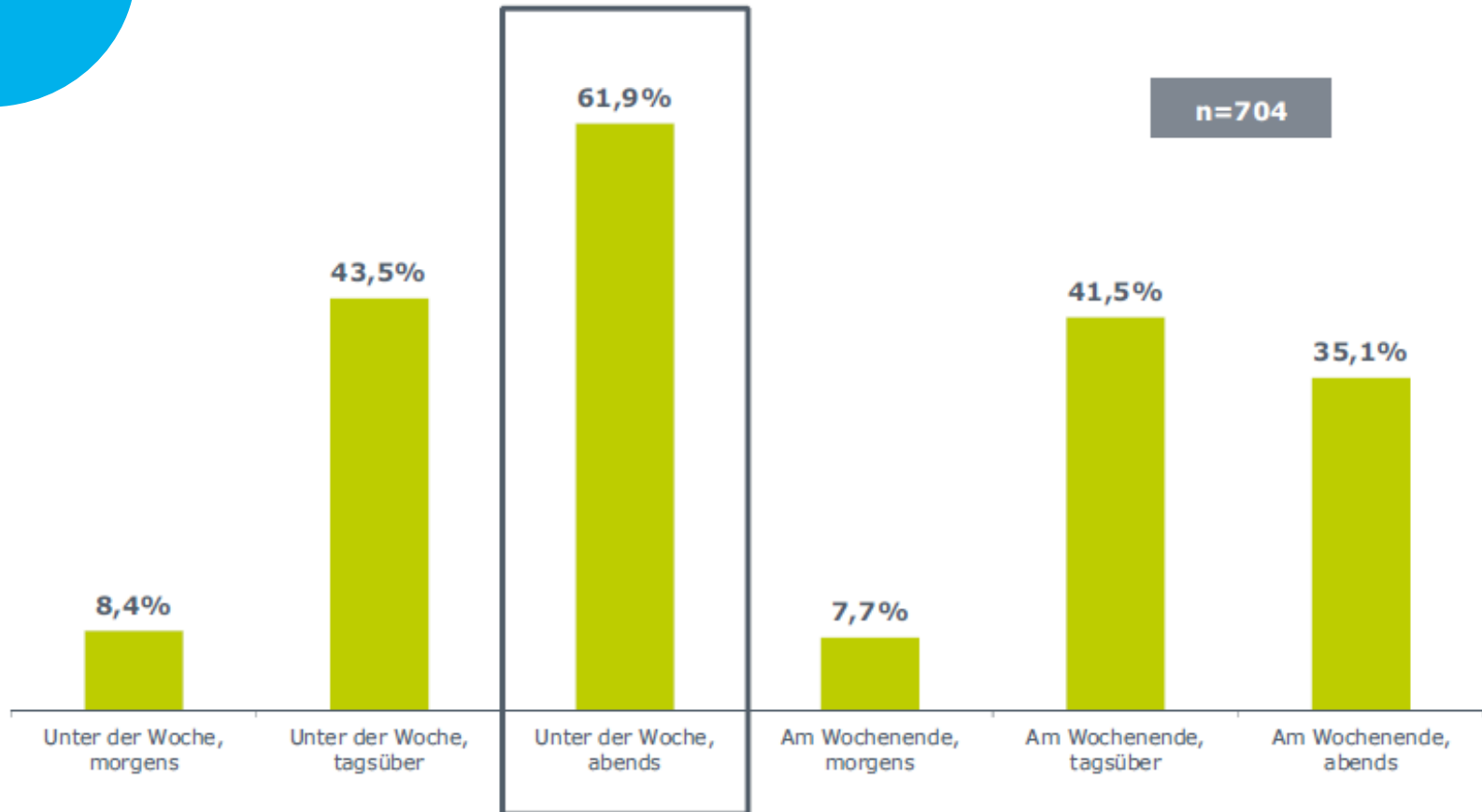
MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

HEROLD.at

Am liebsten shoppt man abends unter der Woche im Internet.

Sicht der Konsumenten

Zeitpunkt des Online-Shoppings



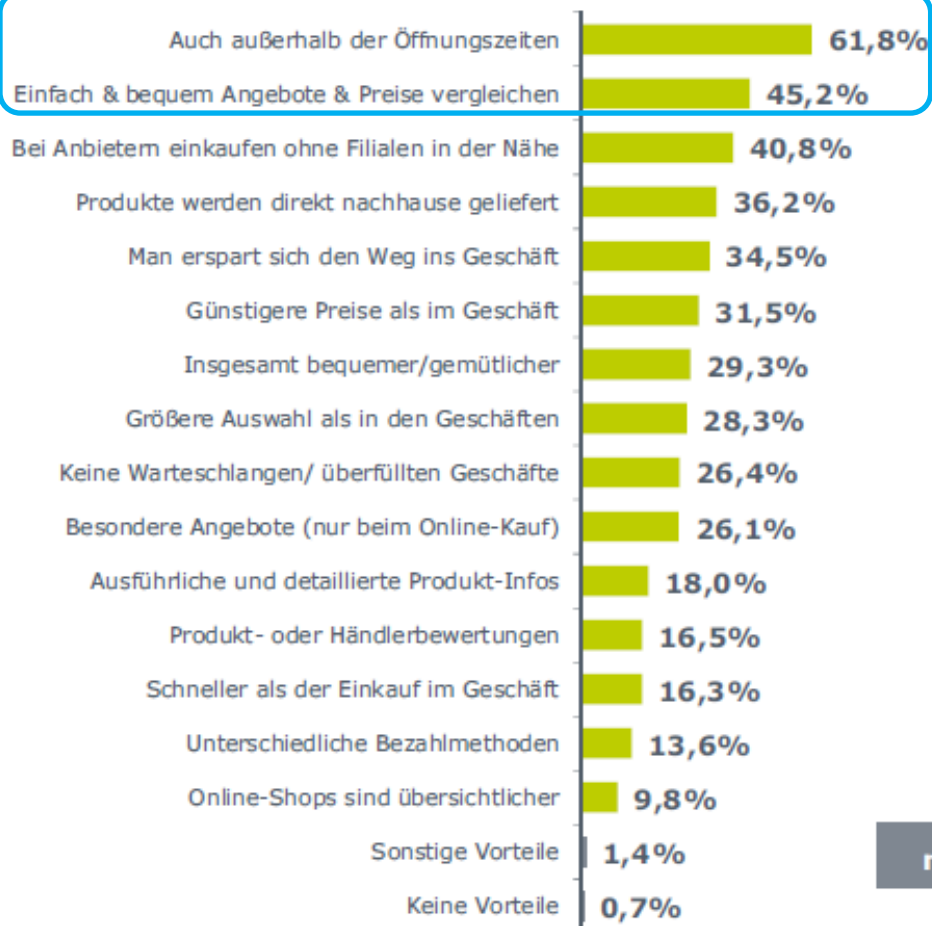
(Basis: Respondenten haben in den letzten 12 Monaten zumindest einmal im Internet eingekauft)

Wann erledigen Sie für gewöhnlich Ihre Online-Einkäufe bzw. informieren sich online über Produkte?



Vor- vs. Nachteile beim Online-Shopping:

Vorteile



Nachteile



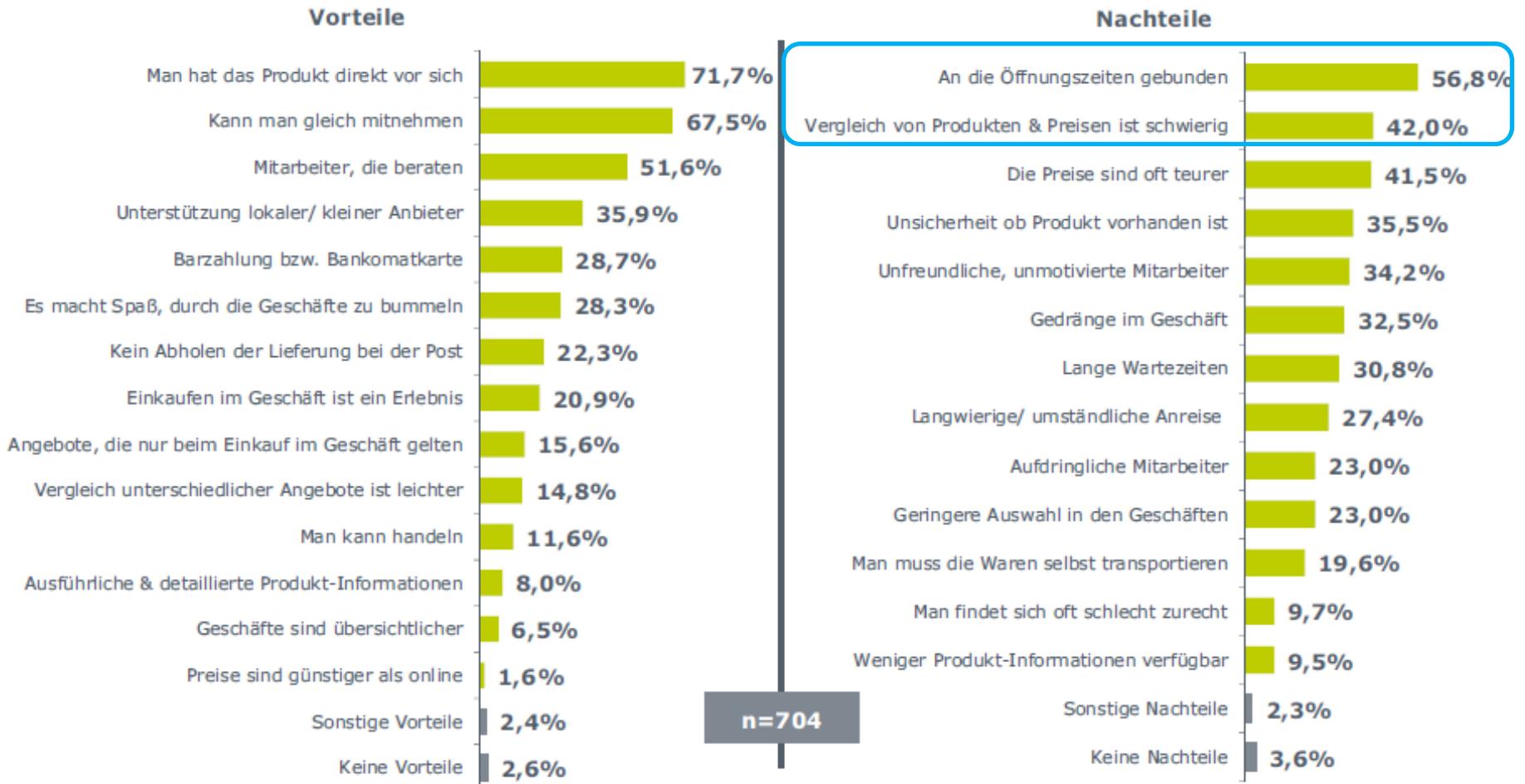
n=704

(Basis: Respondenten haben in den letzten 12 Monaten zumindest einmal im Internet eingekauft)

Was sind Ihrer Ansicht nach die größten Vorteile / Nachteile von Online Shopping? [...]



Vor- vs. Nachteile beim Offline-Shopping:



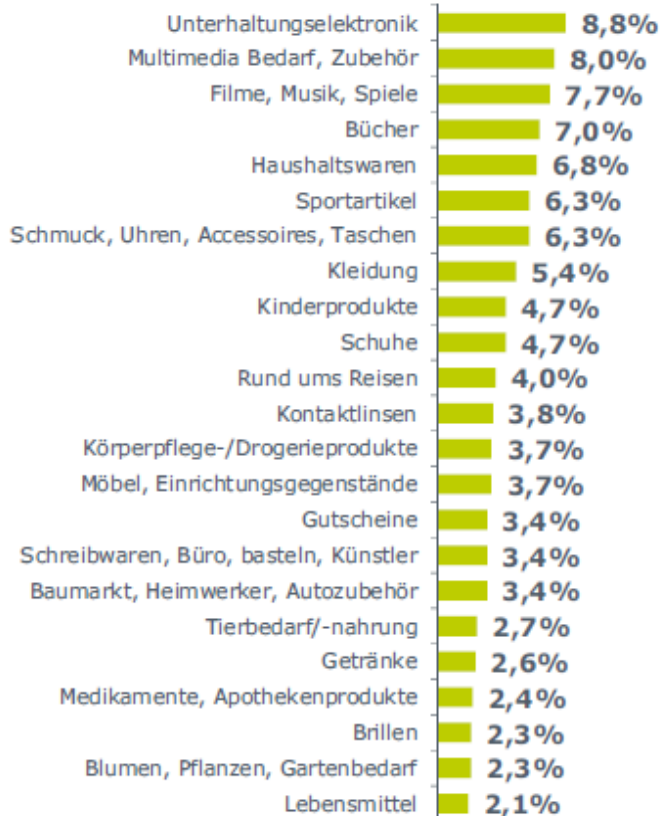
(Basis: Respondenten haben in den letzten 12 Monaten zumindest einmal im Internet eingekauft)

[...] Was sind Ihrer Ansicht nach die größten Vorteile / Nachteile beim Einkauf im Geschäft? [...]

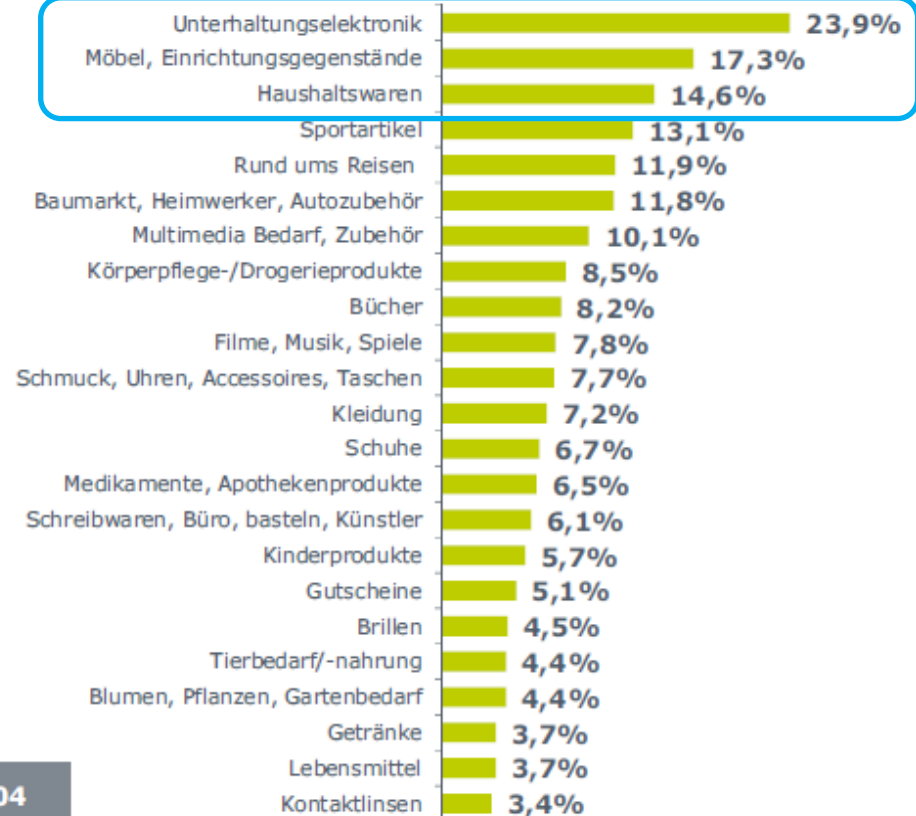


Beratungs- vs. Informations-Diebstahl:

Information im Geschäft, Kauf im Internet



Information im Internet, Kauf im Geschäft



n = 704

(Basis: Respondenten haben in den letzten 12 Monaten zumindest einmal im Internet eingekauft)

Wenn Sie die folgenden Produkte kaufen möchten - wie gehen Sie dann meistens dabei vor? [...]



Attraktivität von Online-Reservierung bzw. –Bestellung und Abholung:



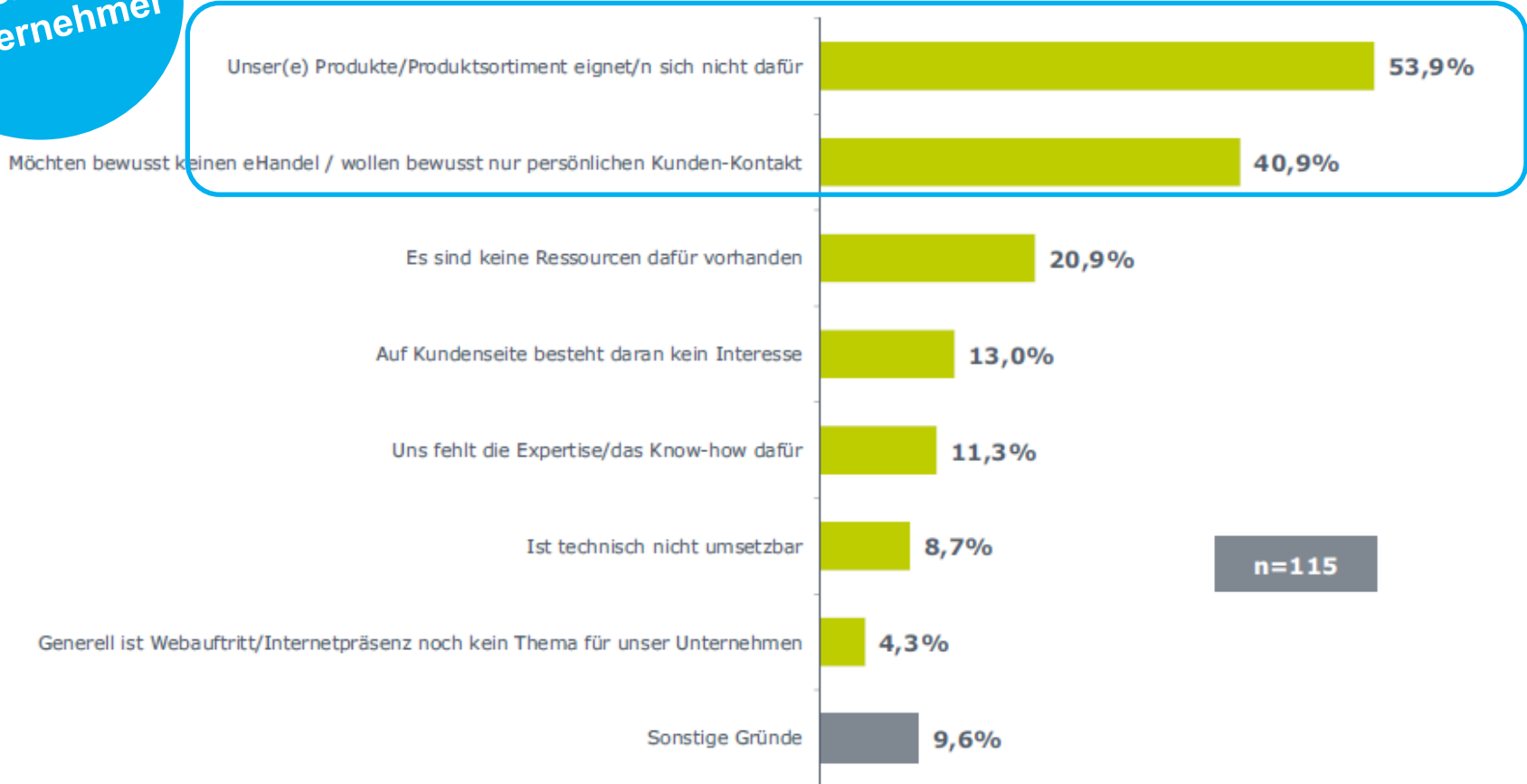
(Basis: Respondenten haben in den letzten 12 Monaten zumindest einmal im Internet eingekauft)

Wie attraktiv ist für Sie die Möglichkeit, Produkte online zu reservieren, und diese dann im Geschäft [...] abzuholen? [...] / Wie attraktiv bewerten Sie die Möglichkeit der Online-Bestellung und Abholung der Bestellung in einem Geschäft? [...] / Wie attraktiv wäre für Sie ein zentraler Abholpunkt für Online-Bestellungen? [...]



Gründe, warum keine Produkte online vertrieben werden:

Sicht der Unternehmer



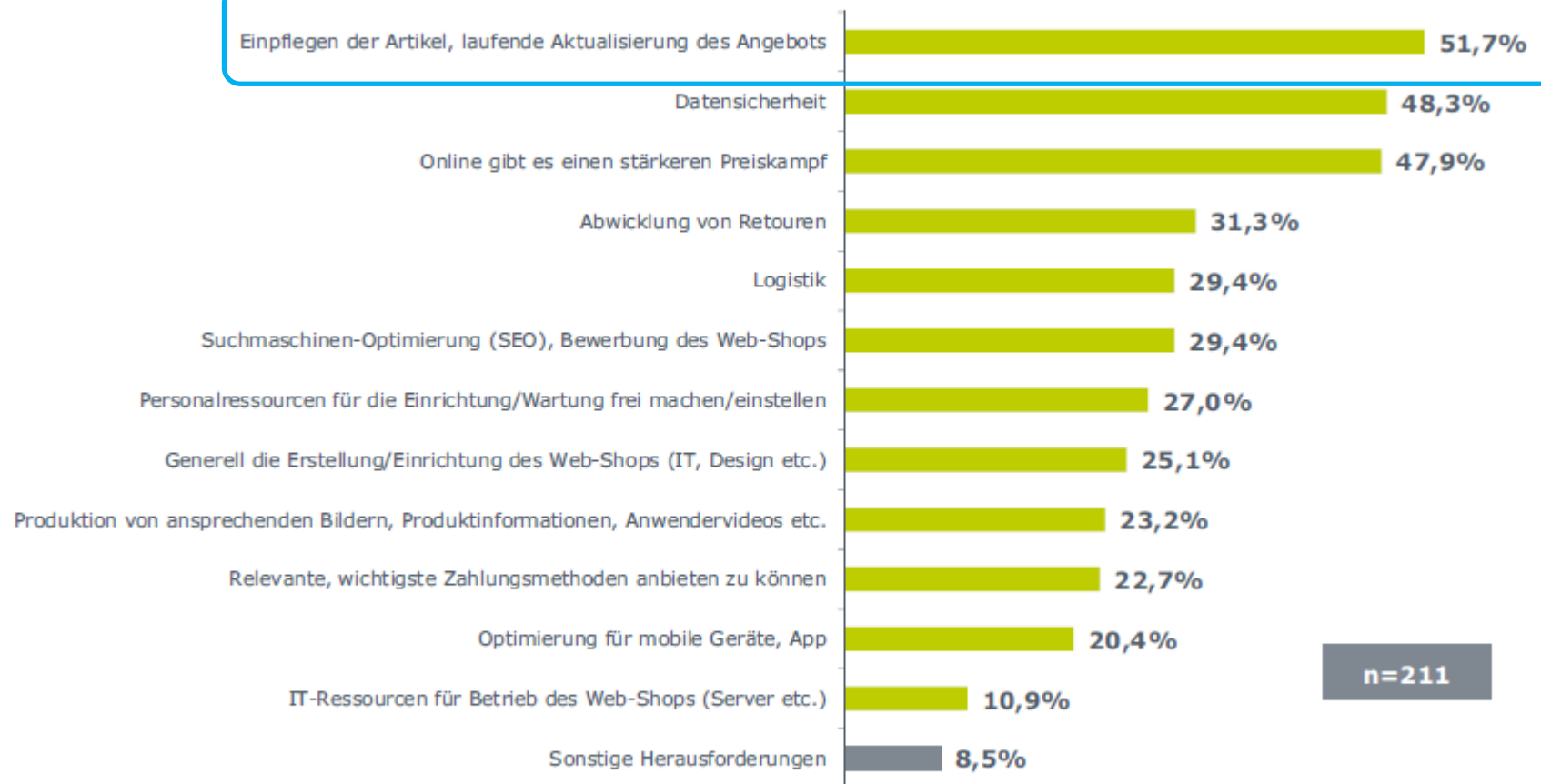
(Basis: Unternehmen vertreibt derzeit keine Dienstleistungen/ Produkte über das Internet)

Sie haben angegeben, dass Ihr Unternehmen derzeit keine Dienstleistungen/Produkte über das Internet vertreibt. Was sind die Gründe dafür?



Das Einpflegen der Artikel, die Datensicherheit und der stärkere Preiskampf sind die größten Herausforderungen des e-Commerce.

Die größten Herausforderungen des e-Commerce

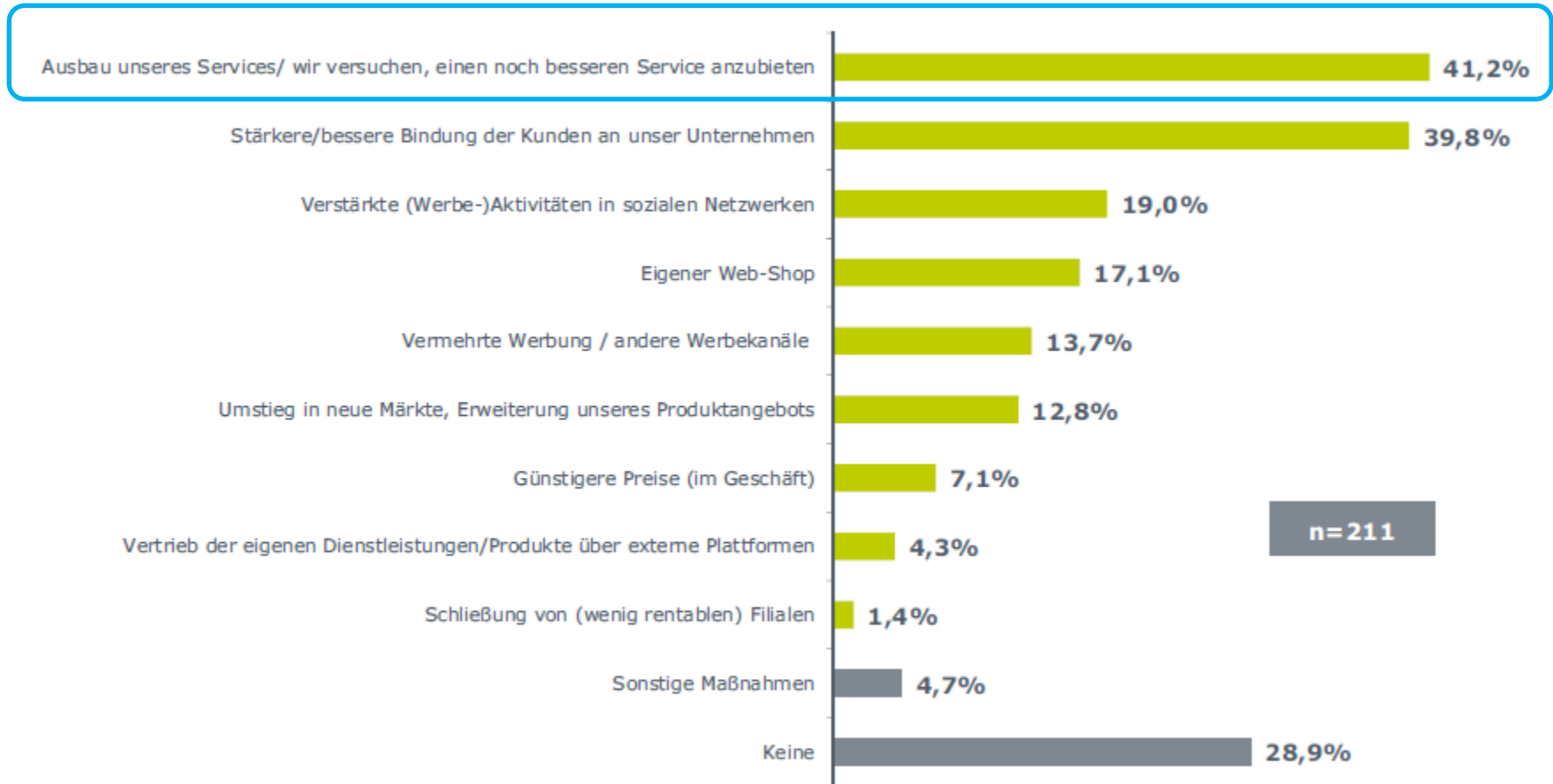


Was sind Ihrer Ansicht nach die größten Herausforderungen des e-Commerce, also des Online-Verkaufs/Vertriebs von Produkten/Dienstleistungen?



4 von 10 treten mit besserem Service bzw. einer stärkeren Kundenbindung der Online-Konkurrenz entgegen.

Maßnahmen gegen die Online-Konkurrenz



Welche Maßnahmen hat Ihr Unternehmen geplant oder bereits getroffen, um der Online-Konkurrenz [...] entgegentreten?

Was können Österreichs KMU tun?

ICH
BIN
DER
HEROLD!

- Machen Sie Ihre Produkte für potenzielle Kunden sichtbar!
- Weiten Sie Ihre Öffnungszeiten aus – 24/7!
- Sie machen einen guten Job – Lassen Sie Ihre Kunden darüber reden!



Was können Österreichs KMU tun?



ICH
BIN
DER
HEROLD!

Stellen Sie detaillierte Produktinformationen auf Ihrer Website zur Verfügung – als Einzelproduktdarstellung!

- 1 Produkt pro „Seite“ (>SEO)

Machen Sie Ihre potenziellen Kunden neugierig:

- aussagekräftige Bilder
- informative Produktbeschreibungen (evtl. mit Preisen)

Was können Österreichs KMU tun?



ICH
BIN
DER
HEROLD!

Machen Sie auf sich aufmerksam!

- Marketing wie die „Großen“ mit lokalem Bezug: Google; Remarketing

Nutzen Sie kostenlose Marketing-Kanäle!

- HEROLD.at

Lassen Sie Ihre zufriedenen Kunden zu Wort kommen!

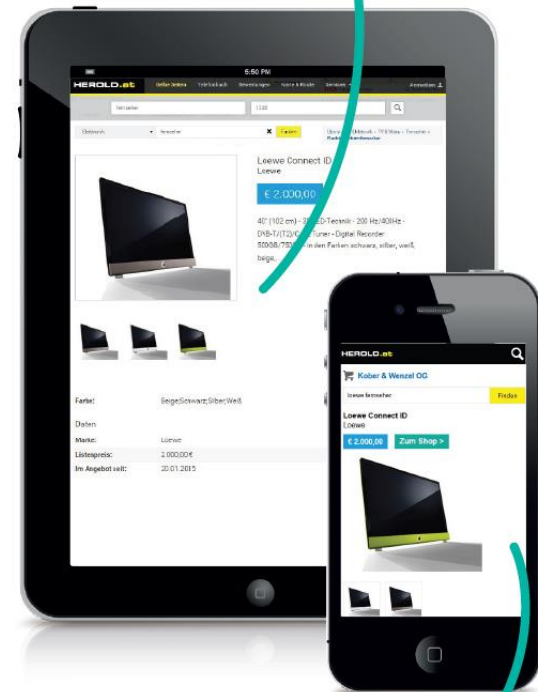
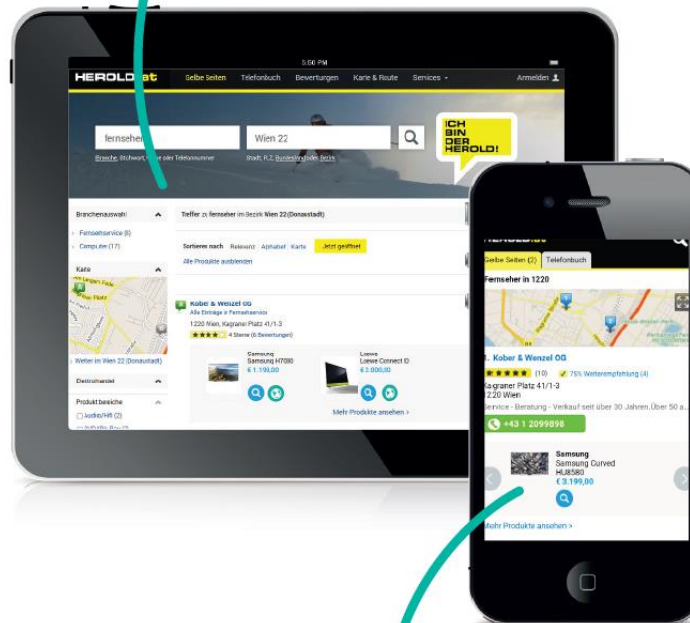
- Bewertungen sind die Mundpropaganda im Internet

Machen Sie Ihre Produkte und Services online suchbar!

ICH BIN DER HEROLD!

Ihr Kunde findet Ihre Produkte unter vielen zusätzlichen Suchbegriffen wie Produktname, Kategorie, Marke etc.

Genauere Produktbeschreibungen bieten potenziellen Kunden wertvolle Informationen zu Ihren Produkten und Dienstleistungen.



Eine direkte Verlinkung in Ihren Onlineshop macht Besucher zu Käufern.

Große attraktive Bilder machen Kauflust.

Machen Sie Ihre Kunden zu Ihren Botschaftern!

- Empfehlungen für das eigene Unternehmen generieren
- Negative Bewertungen vermeiden oder aktiv nutzen
- Kundenvertrauen stärken

Digitale Präsenz

ICH
BIN
DER
HEROLD!



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

DI (FH) Georg Koch
CCO
HEROLD Business Data GmbH
georg.koch@herold.at

