KONTOR 4
Agentur für neue Medien

E-BOOK · CHECKLISTE

27 E-Commerce-Marketing-Tipps

Die Checkliste für mehr Besucher:innen, mehr Bestellungen und treue Kund:innen

Von der Content-Strategie über E-Mail und Social Media bis zum Warenkorb: 27 Punkte zum Abarbeiten. Was für Sie nicht passt, überspringen Sie einfach.

27 Tipps
in fünf Bereichen

Checkliste
zum Abhaken direkt im PDF

Für alle
vom Start-up-Shop bis zum wachsenden Händler

EINLEITUNG

Wo stehen Sie gerade?

Vielleicht haben Sie gerade einen Shop eröffnet, um Ihre neuen Laufschuhe zu verkaufen. Oder Ihr Online-Geschäft wächst so gut, dass Sie Mitarbeitende für die Bestellungen brauchen.



E-Commerce-Marketing ist ein komplexes Thema. Sich in alles einzulesen, kostet viel Zeit. Wir haben die wichtigsten Punkte deshalb an einer Stelle gesammelt. Arbeiten Sie die Liste Punkt für Punkt ab und haken Sie ab, was erledigt ist. Passt ein Punkt nicht zu Ihnen, überspringen Sie ihn.

TIPPS 1–7

1. Strategie und Inhalte

- [ ] **Content-Strategie vor dem Start**
  Nichts Gutes beginnt ohne Plan. Schreiben Sie auf, wie Sie Kund:innen erreichen wollen: Blog, Video, Newsletter, Social Media. Prüfen Sie den Plan wöchentlich oder monatlich.

- [ ] **Eigene Inhalte statt kopierter Texte**
  Herstellertexte stehen in hundert anderen Shops. Eigene Produktbeschreibungen, Videos und Ratgeber machen Ihren Shop zur Wissensquelle. KI kann beim Entwurf helfen, die Fakten und Ihre Erfahrung liefern Sie.

- [ ] **Leitfaden für Ihre Inhalte**
  Legen Sie für alle Beteiligten fest: Du oder Sie? Wie gendern wir? Welche Wörter nutzen wir nie oder immer? So bleibt der Ton einheitlich.

- [ ] **Bilder in allen Inhalten**
  Bilder lockern Texte auf und unterstreichen Aussagen. Verzichten Sie auf die bekannten Stockfotos und zeigen Sie lieber echte Fotos von Ihnen, Ihrem Team und Ihren Produkten.

- [ ] **Videos erstellen**
  Anleitungen zur Nutzung Ihrer Produkte oder ein kurzes Video, in dem Sie sich vorstellen, machen Ihren Auftritt persönlich.

- [ ] **Branchennews aufbereiten**
  Neuigkeiten aus Ihrer Branche liefern Ideen für Inhalte. Ihre Aufgabe: Komplexes einfach erklären.

- [ ] **SEO-Plan erstellen**
  Ihre Inhalte sollen Menschen helfen, nicht Suchmaschinen. Trotzdem sollten Sie festlegen, mit welchen Suchbegriffen Sie gefunden werden wollen, auch in Google Shopping.

TIPPS 8–14

2. Kundenbindung und E-Mail

- [ ] **Automatisierte E-Mail-Kampagnen**
  E-Mail ist der Eckpfeiler im E-Commerce: Willkommensmail, Newsletter mit hilfreichen Inhalten und Aktionen, Erinnerungen an Events. Einmal eingerichtet, laufen sie automatisch.

- [ ] **Newsletter personalisieren**
  Sprechen Sie Kund:innen mit Namen an, fragen Sie nach Interessen und schicken Sie nur noch, was dazu passt.

- [ ] **Weitere Automatisierungen nutzen**
  Geburtstagsgrüße, Dankesmail nach dem Kauf, Erinnerung an Nachkauf: Das spart Zeit und gibt Kund:innen einen Grund wiederzukommen.

- [ ] **An die Wunschliste erinnern**
  Wunschlisten werden gern vergessen. Eine Erinnerung per E-Mail oder Push holt Kund:innen zurück.

- [ ] **Treueprogramm einführen**
  Sonderangebote für Stammkund:innen oder Rabatte ab einem Warenwert schaffen einen weiteren Kaufanreiz.

- [ ] **Personalisierung im Alltag**
  Zeigen Sie Ihr Team, wie Ihre Produkte entstehen und wer dahintersteckt. Das gibt Kund:innen das Gefühl, etwas Besonderes zu sein.

- [ ] **Identität zeigen**
  Mehrere Personen schreiben Ihre Beiträge? Zeigen Sie die Gesichter und Namen dahinter. Das schafft Nähe und Vertrauen.

> ACHTUNG
>
> Werbe-E-Mails, Erinnerungen an Warenkorb oder Wunschliste und Newsletter brauchen in der Regel eine ausdrückliche Einwilligung mit Double-Opt-in. Ausnahmen für Bestandskund:innen gibt es nur in engen Grenzen.

TIPPS 15–19

3. Social Media und Werbung

- [ ] **Plattformen breit testen**
  Welche Plattform funktioniert für Ihren Markt? Testen Sie mehrere, etwa Instagram, Facebook, Pinterest, TikTok und Google, und konzentrieren Sie sich dann auf die besten. Wie beim Investieren: Risiko verteilen, dann aufs Erfolgreiche setzen.

- [ ] **Social Media planen**
  Mit einem Redaktionsplan und einem Planungstool müssen Sie nicht täglich neu überlegen. Kommentare und Nachrichten beantworten Sie aber weiterhin persönlich.

- [ ] **Social-Media-Anzeigen nutzen**
  Ihre normalen Beiträge zeigen kostenlos, was Ihren Follower:innen gefällt. Daraus machen Sie Anzeigen.

- [ ] **Kontextbezogenes Marketing**
  Die richtige Botschaft zur richtigen Zeit. Berühmtes Beispiel: Als 2013 beim Super Bowl das Licht ausfiel, postete Oreo sofort „You can still dunk in the dark“.

- [ ] **Inhalte von Kund:innen**
  Bitten Sie Kund:innen um Fotos und Videos mit Ihren Produkten, gern mit einem Gewinnspiel. Fragen Sie vor dem Veröffentlichen um Erlaubnis.

TIPPS 20–25

4. Shop und Service

- [ ] **Mobil optimieren**
  Die meisten Menschen kaufen auf dem Smartphone. Der Shop muss dort einwandfrei funktionieren und genauso wiedererkennbar aussehen wie am Desktop.

- [ ] **Abgebrochene Warenkörbe reduzieren**
  Mit Webanalyse, A/B-Tests und Nutzertests sehen Sie, wo Kund:innen aussteigen. Machen Sie den Kaufprozess so einfach wie möglich: wenige Schritte, Gastbestellung, bekannte Zahlungsarten.

- [ ] **Barrierefreiheit beachten**
  Seit dem 28. Juni 2025 müssen die meisten Online-Shops für Verbraucher:innen barrierefrei sein (BFSG). Ausgenommen sind nur Kleinstunternehmen.

- [ ] **Bessere Lieferoptionen**
  Schnelle, verlässliche und transparente Lieferung ist ein starkes Argument gegenüber dem Wettbewerb.

- [ ] **FAQ-Seite einrichten**
  Beantworten Sie alle Fragen zu Versand, Rückgabe, Zahlung und Produkten. Offene Fragen sind ein häufiger Grund, warum Menschen den Shop verlassen.

- [ ] **Mit Besucher:innen sprechen**
  Live-Chat, schnelle Antworten auf Kommentare und Nachrichten: Menschen schätzen es, mit echten Personen aus Ihrem Unternehmen zu sprechen.

TIPPS 26–27

5. Vertrauen und Sichtbarkeit

> ACHTUNG
>
> Gekaufte Bewertungen und Bewertungen gegen Rabatt sind verboten. Wer Bewertungen zeigt, muss angeben, ob und wie geprüft wird, dass sie von echten Käufer:innen stammen.

- [ ] **Produktbewertungen einholen**
  Bewertungen überzeugen vor allem Neukund:innen. Bitten Sie nach dem Kauf aktiv darum.

- [ ] **Lokales Marketing**
  Haben Sie auch ein Ladengeschäft? Dann nutzen Sie lokales SEO, Ihr Google Unternehmensprofil und lokale Produkteinträge, damit Kund:innen sehen, was bei Ihnen vor Ort vorrätig ist.

Wir hoffen, diese Liste hilft Ihnen auf Ihrer E-Commerce-Reise. Arbeiten Sie sie Schritt für Schritt ab, ein Tipp pro Woche ist schon ein guter Rhythmus.

KONTOR4
Agentur für neue Medien

Sie brauchen Unterstützung?

Sie brauchen Unterstützung beim Online-Marketing oder E-Commerce-Marketing? Kein Problem! Kontaktieren Sie uns einfach.

KONTOR4 GmbH
Georgstraße 48 · 30159 Hannover
Telefon: 0511 99 99 58 90
info@kontor4.de · www.kontor4.de

Kostenloses Erstgespräch vereinbaren