



# 27 E-Commerce Marketing-Tipps

KONTOR4 GmbH



## Jeder braucht E-Commerce Marketing

An welcher Stelle befinden Sie sich gerade mit Ihrem E-Commerce-Shop oder Ihrer Homepage: Vielleicht haben Sie gerade ein Geschäft eingerichtet, um Ihre neuen Lauschuhdesigns zu verkaufen? Oder vielleicht baut Ihr Online-Geschäft einen soliden Kundenstamm auf, sodass Sie einige Mitarbeiter einstellen müssen, um alle Bestellungen zu verwalten.

E-Commerce-Marketing ist ein sehr schwieriges und komplexes Thema, wenn man sich vorher nicht im Detail damit beschäftigt hat. Denn es ist schwer und aufwändig, sich wirklich in alle Themen einzulesen und diese gesammelt an einer Stelle zu finden. Glücklicherweise haben wir die Arbeit für Sie erledigt und stellen eine Liste bereit, mit der Sie viele Punkte abarbeiten können. Und wenn mal ein Punkt nicht relevant für Sie ist, können Sie diesen einfach überspringen und mit dem nächsten Schritt weitermachen.

## Erstellen Sie eine Content-Marketing-Strategie, bevor Sie beginnen

Nichts Gutes beginnt ohne einen Plan. So wie ein Filmstudio den Vorproduktionsprozess durchläuft, braucht ein E-Commerce-Unternehmen eine Content-Marketing-Strategie. Schreiben Sie eine Liste aller Methoden auf, die Sie verwenden möchten, um Kunden zu erreichen, egal ob es sich um einen Blogbeitrag, ein Video oder einen Newsletter handelt.

Stellen Sie sicher, dass Sie diese Strategie wöchentlich oder monatlich überprüfen, um den Fortschritt der Inhaltserstellung zu beurteilen.

## **Generieren Sie automatisierte E-Mail-Marketingkampagnen**

E-Mail-Marketing ist der Eckpfeiler einer effektiven E-Commerce-Marketingstrategie, da es nach wie vor eine der besten Möglichkeiten ist, Kunden zu erreichen und sie davon zu überzeugen, mehr zu kaufen.

Verwenden Sie E-Mail-Marketingkampagnen, um mit Ihren Kunden in Kontakt zu bleiben, ihnen hilfreiche Informationen zu senden und Ihre Produkte zu verkaufen.

[Für mehr klicken Sie hier](#)

## **Nutzen Sie soziale Medien, erwägen Sie die Diversifizierung Ihrer Plattformen**

Soziale Medien sind für E-Commerce-Unternehmen immer ein schwieriges Verkaufsargument, da es schwierig sein kann, herauszufinden, welche Plattformen in bestimmten Märkten am besten funktionieren. Es gibt eine einfache Lösung: Diversifizieren Sie und löschen Sie schließlich Plattformen, die nicht funktionieren.

Genau wie beim Investieren in Aktien: Sie verteilen Ihr Risiko und erkennen, mit welchen Optionen Sie am meisten Geld verdienen. Erstellen Sie Facebook-, Twitter-, Pinterest- und Google-Kampagnen. Verbreiten Sie Ihre Inhalte über diese Medien und verwenden Sie Analysetools für Social Media, um zu sehen, was am besten funktioniert.

Wer weiß: Sie haben vielleicht nur 100 Follower auf Facebook, aber einer von ihnen ist vielleicht Ihr bester Kunde. Wenn Sie Ihr Facebook-Profil schließen, riskieren Sie, diese Person zu verlieren.

[Mehr zu Tik Tok](#)  
[Mehr zu Facebook](#)

[Mehr zu Instagram](#)  
[Mehr zu LinkedIn und Xing](#)

## Personalisierungsstrategien in die Tat umsetzen

Geben Sie Personen in E-Mails Namen, senden Sie Videos und Bilder von Mitarbeitern und zeigen Sie, wie Ihre Produkte hergestellt werden. Jedes Detail der Personalisierung wird Ihren Kunden das Gefühl geben, etwas Besonderes zu sein und einen kleinen Einblick in das Innenleben Ihres Unternehmens geben.

[Jetzt personalisiert E-Mails verfassen mit mautic](#)

## Erstellen Sie Ihre eigenen Originalinhalte

Nichts schafft eine stärkere Verbindung zu Ihren Kunden wie Originalinhalte. Verknüpft mit Ihrer Content-Marketing-Strategie aus Tipp 1, haben Sie die Möglichkeit, zwischen unoriginellen oder originellen Inhalten zu wählen.

In machen Shops und Homepages liest man Texte, die es bereits auf anderen Webseiten gibt. Denn: Es ist einfach eine vorhandene Produktbeschreibung zu kopieren, als diese selbst zu formulieren und sich mit den Vorteilen des Produktes/der Dienstleistung zu beschäftigen. Zugegeben: Besser ist es für den Kunden er liebt kopierte Texte als gar keine Texte. Jedoch ist der Effekt der kopierten Texte nicht derselbe Effekt wie der eines individuellen Inhaltes.

Individuelle Inhalte wie Videos, Blogbeiträge, Audioclips und E-Books helfen Ihnen beim Aufbau Ihrer E-Commerce-Website als Wissensbasis für diejenigen, die mehr über Ihren Markt erfahren möchten.

[Für mehr klicken Sie hier](#)

## Nutzen Sie kontextbezogenes Marketing

Kontextuelles Marketing ist wichtig, um die Botschaft zur richtigen Zeit am richtigen Ort zu platzieren.

Das perfekte Beispiel für kontextbezogenes Marketing ist der berühmte [Super-Bowl-Tweet von Oreo](#), in dem bei der Stadionbeleuchtung des Super Bowl XLVII „You can still dunk in the dark“ (Du kannst immer noch im Dunkeln eintauchen) gezeigt wurde. Es ist die perfekte Mischung aus Timing und Humor sowie der Vorliebe für Snacks im Spiel.

[Die besten Postingzeiten in sozialen Netzwerken finden Sie hier](#)

## Verfassen Sie benutzergenerierte Inhalte

Benutzergenerierte Inhalte sind eine großartige Möglichkeit, mit Kunden in Kontakt zu treten, ohne zu viel Geld oder Zeit für Kampagnen aufzuwenden. Bitten Sie Ihre Follower, Bilder, Videos oder sogar Blogbeiträge einzureichen, die Sie dann veröffentlichen können.

Manchmal bekommen Sie auch einen Haufen eingereichter Inhalte, wenn Sie ein Gewinnspiel daraus machen.

## Implementieren Sie ein Treueprogramm

Ein solides Treueprogramm bringt Menschen zurück in Ihr Geschäft und erhöht somit die Anzahl Ihrer Online Bestellungen. Sie können zum Beispiel Sonderangebote an ausgewählte Kunden versenden oder ab einem gewissen Warenwert Rabatte gewähren. Solche Aktionen führen dazu, dass Ihre Kunden einen weiteren Kaufanreiz bekommen.

## Automatisieren Sie Ihre sozialen Netzwerke

Nicht alle Beiträge in den Social Media Plattformen müssen automatisiert werden. Aber Sie werden feststellen, dass es hilfreich ist, einen Postingplan zu erstellen. Sodass Sie sich nicht jeden Tag mit dem Verfassen von Postings beschäftigen müssen.

Wenn Sie beispielsweise mehrere Facebook-Posts für einen Monat planen, müssen Sie den Rest des Monats nicht mehr darüber nachdenken. Aber aufgepasst: Kommentare und weitere Interaktionen sollten immer noch moderiert werden.

[82 Beitragsideen für Ihren Postingplane finden Sie hier](#)

## Optimierung der mobilen Ansicht

Das hat nichts mit der Erstellung von Apps zu tun. Heutzutage sehen sich die meisten Menschen Websites auf ihren Smartphones oder ihrem Tablet an und dabei ist es wichtig, dass die Website nicht nur problemlos funktioniert, sondern dass Ihr Design mobil genau dasselbe ist, wie am Desktop. Denn dann hat Ihre Website einen Wiedererkennungswert und Ihre Kunden wissen direkt, dass es sich auch wirklich um Ihre Seite handelt.

[Jetzt gratis E-Book "SEO-Checkliste" herunterladen](#)

## Denken Sie an mobile Werbung

Handy-Anzeigen kombinieren Geo-Targeting und für Mobilgeräte geeignete Anzeigen, damit Ihre Kunden im Zug oder im Wartezimmer des Arztes mit Ihrem Geschäft in Kontakt treten können.

[Jetzt gratis E-Book "Google Ads für Einsteiger:innen" herunterladen](#)

## Nutzen Sie Social Media Anzeigen

Beim Veröffentlichen von Social Media Postings geben Sie keinen Cent aus (außer die von Ihnen investierte Zeit zum Erstellen der Beiträge). Hier können Sie schon ableiten, welche Inhalte Ihren Followern gefallen und welche nicht. Mit diesen Ergebnissen können Sie dann Inhalte für Social Media Anzeigen erstellen.

[Mehr zum Thema "Wie sie am besten Ihren Online Marketing Erfolg messen"](#)

## Erstellen Sie einen Leitfaden für Ihre Inhalte

Wenn Sie Autoren oder Content-Designer für die Produktion/Umsetzung Ihrer Inhalte einstellen, wird es schwierig, einen einheitlichen Grundton zu bewahren. Erstellen Sie einen Leitfaden für alle beteiligten Personen, damit alle gemeinsam eine einheitliche Sprache und Kommunikation sprechen. Hilfreich sind zum Beispiel Listen mit Wörtern/Begriffen, die Sie nie/immer in Ihrem Unternehmen verwenden. Legen Sie fest, ob Sie Ihre Kunden duzen oder siezen. Und wie positionieren Sie sich zum Thema "Gendern"?

[Jetzt zur Checkliste, wenn Sie Ihr Design ändern wollen](#)

## Geben Sie Ihre Identität preis

Sie haben mehrere Mitglieder in Ihrem Team, die Ihre Beiträge erstellen? Das ist doch cool! Zeigen Sie Ihren Interessenten genau diese Persönlichkeiten und machen öffentlich, wer welchen Beitrag verfasst hat. Ihre Website-Besucher möchten alle Gesichter und Namen sehen, die zu Ihrem Blog oder Videokanal beitragen.

Auf diese Weise können Sie viel persönlicher mit Ihren Interessenten kommunizieren und zeigen, wer hinter den Kulissen arbeitet.

[Jetzt gratis E-Book "So überzeugen Sie Ihre Besucher" herunterladen](#)

## Personalisieren Sie Ihre Newsletter

Jeder E-Commerce-Shop hat Dutzende von E-Mails für Bestätigungen, Quittungen, Dankeschreiben und mehr. Verwenden Sie Kundennamen, stellen Sie relevante Links bereit oder fragen Sie Ihre Kunden nach Ihren Interessen und gehen Sie dann nur noch auf die Interessen des Kundens ein, um eine ultimative Personalisierung zu erzielen.

[Mehr zum Thema "Newsletter" finden Sie hier](#)

## Machen Sie Ihre Lieferoptionen besser als andere

Zeichnet sich Ihr Unternehmen durch die Lieferung aus? Überlegen Sie, wie Sie den Lieferprozess beschleunigen können, um sich von Ihren Mitbewerbern abzuheben.

## Konzentrieren Sie sich auf lokales Marketing

Nicht alle E-Commerce-Marketingpläne erfordern dies, aber wenn Sie kein 100%iger Onlinehändler sind, sondern ein Geschäft vor Ort haben, können Sie sich auf lokales Marketing konzentrieren. Werden Sie für Ihre Kunden sichtbarer, indem Sie lokale Suchmaschinen-Optimierung ("Local SEO") nutzen.

[Mehr über Google my Business aka Google Unternehmensprofil erfahren](#)

## Weitere automatisierte Marketingtechniken finden

Haben Sie Geburtstags- oder Jubiläumsnachrichten an Kunden gesendet? Was ist mit automatisierten Nachrichten, wenn sich Menschen für Ihre E-Mail-Kampagnen anmelden oder Produkte in Ihrem Geschäft kaufen?

Gewinnen Sie Zeit und geben Sie Ihren Kunden mit automatisierten E-Mail-Kampagnen einen Grund, wiederzukommen.

[Automatisieren Sie Ihre Marketingtechniken mit mautic](#)

## Erstellen Sie Videos

Videos sind immer eine unterhaltsame Möglichkeit, mit Kunden in Kontakt zu treten und Ihren Webauftritt noch persönlicher zu machen. Erstellen Sie zum Beispiel Anleitungsvideos, wie Ihre Kunden am besten Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung verwenden können. Oder stellen Sie sich persönlich in einem kurzen Video vor.

[Mehr zum Thema "Video Content"](#)

## Setzen Sie eine FAQ-Seite ein

Die FAQ-Seite ist ein Bereich, in dem Ihre Besucher Ihren E-Commerce-Shop besuchen können, falls Sie noch Fragen zu den Abläufen, dem Unternehmen oder Ihren Produkten/Dienstleistungen haben.

Achten Sie darauf, dass hier auch wirklich alle Fragen der Kunden beantwortet werden. Denn: Wenn Kunden unsicher sind und noch Fragen haben, die nicht beantwortet werden, ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass Sie Ihre Homepage schließen und eine andere Website besuchen.

## Fügen Sie Bilder zu all Ihren Inhalten hinzu

Es ist wahrscheinlicher, dass Menschen sich einen langen Blogbeitrag komplett durchlesen, wenn dieser auch übersichtlich und optisch ansprechend aufgebaut ist. Bilder lockern den Beitrag auf und können einige Aussagen nochmal grafisch unterstreichen.

Ein Tipp von uns: Verzichten Sie auf die typischen Stockfotos, die jeder kennt und ziehen Sie es in Betracht, professionelle Fotos von sich, Ihrem Unternehmen oder Ihren Produkten zu machen.

[Jetzt Stockfotos finden - die vielleicht besten Quellen finden Sie hier](#)

## **Bleiben Sie immer auf dem Laufenden mit den neuesten Branchennachrichten**

Branchennachrichten geben Ihnen leistungsstarke Inhaltsideen, die Sie mit Ihren Kunden teilen können. Einige dieser Inhalte mögen Verbrauchern etwas kompliziert erscheinen, daher ist es Ihre Aufgabe, sie aufzuschlüsseln und leicht verständlich aufzubereiten.

[Wie Sie immer auf dem Laufenden gehalten werden, erfahren Sie hier.](#)

## **Verwenden Sie Tools, um stehen gelassene Warenkörbe zu reduzieren**

A/B-Testing- und UX-Testing-Tools sorgen dafür, dass Sie das Verhalten Ihrer Kunden besser nachvollziehen können und merken, ab wann ein Kunde den Verkaufsprozess abbricht. Optimieren Sie Ihren Verkaufsprozess so, dass der Kunde den Kaufprozess ohne Probleme und Bedenken abschließen kann.

## Verwenden Sie E-Mail-Newsletter

E-Mail-Newsletter sind wöchentliche oder monatliche Nachrichten, die sie automatisiert versenden können. So können Sie Ihre Kunden an bestimmte Inhalte, Events, (Sonder-)Aktionen erinnern, ohne aufwendige Online Marketing Kampagnen zu schalten.

[Mehr zum Thema "Newsletter" finden Sie hier](#)

## Erinnern Sie die Leute an ihre Wunschliste

Wunschlisten werden oft verwendet, wenn sich ein Kunde noch nicht sicher ist, das Produkt zu kaufen. So können Sie Ihrem Kunden die Möglichkeit geben, Ihr Produkt erstmal auf die Wunschliste zu packen.

Manchmal werden aber genau diese Wunschlisten vergessen. Überlegen Sie, Ihre Kunden genau daran zu erinnern, indem Sie Ihnen eine E-Mail oder Push Benachrichtigung senden.

## Fordern Sie Produktbewertungen ein

Produktbewertungen führen dazu, dass Ihr Unternehmen vertrauenswürdig und seriös wirkt. Mit Bewertungen überzeugen Sie vor allem Neukunden, dass andere Menschen mit Ihrem Produkt bereits zufrieden sind, wodurch sie Ihr Produkt eher kaufen. Fragen Sie sich am besten selbst: Wie oft haben Sie aufgrund von Bewertungen und Rezensionen schon etwas online gekauft?

[Mehr zum Thema "Kundenbewertungen" finden Sie hier](#)

## Sprechen Sie mit Ihren Besuchern

Haben Sie ein Live-Chat-Modul auf Ihrer E-Commerce-Website? Antworten Sie oft auf Kommentare auf sozialen Seiten? Besucher lieben es, mit Leuten aus Ihrem Unternehmen zu sprechen, also schenken Sie ihnen die Aufmerksamkeit, die sie sich wünschen.

[So erstellen Sie Ihren eigenen virtuellen Verkaufsraum](#)

## Erstellung von einem SEO-Plan

Während sich Ihre Inhaltsstrategie darauf konzentrieren sollte, Benutzern und nicht Suchmaschinen zu helfen, sollten Sie dennoch sogenannte Keywords (=Schlüsselwörter) festlegen, zu denen Sie gefunden und im Internet sichtbar werden wollen.

Wir hoffen, diese Liste hat Ihnen bei Ihrer E-Commerce-Marketing-Reise geholfen.

[Jetzt gratis SEO-Checkliste herunterladen](#)

## Sie brauchen Unterstützung?

Sie brauchen Unterstützung, wenn es um das Thema "Online Marketing" oder "E-Commerce Marketing" geht? Kein Problem! Kontaktieren Sie uns einfach.