

CHECKLISTE ONLINE-SHOP

Planen Sie ein Online-Shop? Diese Checkliste hilft Ihnen die richtigen Fragen zu stellen und so den Shop erfolgreich zu lancieren.

1. Märkte

1.1. Welchen Markt soll der Shop ansprechen?	
1.2. An welche Zielgruppe richtet sich der Shop? B2B oder B2C? Einmal-Kunden oder wiederkehrende Kunden?	
1.3. In welchen Ländern befinden sich diese Kunden?	
1.4. In welchen Währungen zahlen diese Kunden?	
1.5. Wo stehen die Lager, aus denen diese Kunden beliefert werden?	

2. Sales- und Marketing-Kanäle

2.1. Gibt es neben dem eigenen Shop auf der eigenen Website noch andere Verkaufskanäle? z.B. weitere Mandanten-Websites in anderen Ländern?	
2.2. Sollen die Produkte über Marktplätze z.B. Amazon, Galaxus, Digitec verkauft werden?	
2.3. Sollen Produkte auf Preisvergleichsplattformen oder Marketing-Plattformen wie Google Shop angepriesen werden?	

3. Shop Funktionen

Es müssen nicht zwingend alle Funktionen bereits zum Start verfügbar sein. Eine Lancierung mit minimalem Funktionsumfang und eine stetige Weiterentwicklung basierend auf den gemachten Erfahrungen ist in vielen Fällen zielführender.

Produkte und Stammdaten (Produktkatalog)

3.1.1. Welche Stammdaten je Artikel sind relevant?	
3.1.2. Wie werden die Produkte gruppiert: Produktgruppen, Varianten, Produktfamilien, Zubehör...?	
3.1.3. Welche Taxonomien und Attribute sind produktübergreifend? Welche nicht?	

Suche

3.2.1. Welche Anforderungen haben Sie an die Suche? Gibt es spezielle Bedürfnisse?	
3.2.2. Nach welchen Kriterien sollen Produkte gefiltert werden können?	
3.2.2. Nach welchen Kriterien sollen Produkte sortiert werden können?	

Inhalte und Erlebniswelten

3.3.1. Wie spielen Produkte und Content zusammen? Gibt es Erlebniswelten zu speziellen Themen?	
3.3.2. Sind Blog-Inhalte (z.B. Referenzen, Reviews) zu Themen oder Produkten geplant?	

Kundenbewertungen und Rezensionen

3.4.1. Sollen Kunden Produkte bewerten und kommentieren können?	
3.4.2. Sollen externe Bewertungsplattformen (z.B. Trusted Shops) einbezogen werden?	
3.4.3. Soll der Shop unabhängig zertifiziert werden?	

Cross- und Up-Selling

3.5.1. Gibt es Potenzial für Cross- und Up-Selling?	
3.5.2. Wie kann der Wert der Warenkorbs erhöht werden?	

Produktpreise und Versandkosten

3.6.1. Welche Regeln gibt es für Produktpreise?	
3.6.2. Wie werden die Versandkosten berechnet?	
3.6.3. Welche steuerlichen Rahmenbedingungen (MwSt.) müssen berücksichtigt werden?	

Check-out

3.7.1. Welche Zahlungsmethoden werden angeboten?	
3.7.2. Welche Versand- und Lieferoptionen stehen zur Verfügung?	

Marketing und Promotionen

3.8.1. Welche Rabatt-Optionen sind gewünscht? Mengenrabatte, Staffelrabatte, Frühbucherrabatte...	
3.8.2. Sind Gutscheine / Voucher geplant?	
3.8.3. Sind zeitlich befristete Promotionen und Kampagnen mit Vergünstigungen vorgesehen?	
3.8.4. Über welche Kanäle werden Promotionen kommuniziert (Social Media, Newsletter, E-Mailings)? Wie spielen diese mit dem Shop zusammen?	
3.8.5. Werden individualisierte d.h. User oder Zielgruppen spezifische Kampagnen umgesetzt?	

Kundendaten

3.9.1. Gibt es spezielle Anforderungen an die Verwaltung der Kundendaten?	
3.9.2. Werden Kundendaten an ein CRM übermittelt?	

Verwaltung Bestellungen

3.10.1. Gibt es spezielle Anforderungen an die Verwaltung der Bestellungen?	
3.10.2. Wie werden die Prozesse für die Auslieferung im Hintergrund gesteuert?	
3.10.3. Ist ein Order-Tracking vorgesehen?	

Log-in / Kundencenter

3.11.1. Sollen Kunden einen Account mit Log-in erstellen können?	
3.11.2. Welche Informationen sollen Kunden im Kundencenter einsehen können?	
3.11.3. Gibt es individuelle Konditionen, B2B-Pricing?	

4. Integration von Umsystemen

4.1. Welche Systeme – ERP, CRM, PIM, DAM, Logistik, Buchhaltung, Bonitätsprüfung – sollen eingebunden werden?	
---	--

5. Skalierungen und Mengengerüst

5.1. Welches sind die jährlichen Umsatzziele?	
5.2. Wie gross ist der durchschnittliche Warenkorb?	
5.3. Wie viele Produkte sind im Shop erhältlich?	