

VENDORS

DER ETWAS ANDERE E-SHOP

Shops gibt es viele.

Aber nur VendorS berät Ihre Kunden wie ein Verkäufer und nimmt Ihnen eine Menge Arbeit bei der Produktpflege ab.

VendorS hebt die Grenze zwischen Shopbereich und redaktionellem Bereich Ihres Webauftritts auf.

INTEGRIERTER VERKAUF

Ihre Kunden kaufen dort, wo sie – z. B. von einer Suchmaschine kommend - das Produkt zum ersten Mal auf Ihrer Website beschrieben finden - ob Testbericht, Produktbeschreibung oder Fachinformation. Die Zeiten, in denen der redaktionelle Bereich einer Website vom E-Shop getrennt dargestellt werden musste, sind vorbei. Integrierter Verkauf heißt der Schlüssel zu erfolgreichem Online-Sales.

SEMANTISCHES TAGGING

Das bedeutet: Nicht nur Produkte, Kategorien und Produktgruppen sondern auch durch freie Attributierung thematisch passend zusammen gestellte Artikelgruppen - z. B. durch den Tag „Messe2011“ werden im redaktionellen Kontext angezeigt – exakt dort, wohin die Suche Ihren Kunden geführt hat. Optimieren Sie mit passenden Keywords und der durchgängigen Verschlagwortung Ihren Auftritt und steigern Sie die **Online-Verkäufe.**

CONTENT PLACEMENT

VendorS kann über definierte Regeln auch automatisiert passende Produkte zu den inhaltlichen Themen einer Webseite anzeigen. So bieten Sie mit minimalem Aufwand Ihren Kunden maximalen Service. Bieten Sie statt passender Produkte Informationen an, berät VendorS ihre Kunden - gesteuert durch deren individuelles Surfverhalten und Ihren Vorgaben. So vermisst Ihr Kunde nicht die persönliche Beratung des Eventshopping – ideal für alle beratungsintensiven Produkte.

USABILITY

Einfache Handhabung durch Drag & Drop Oberflächen.

Der Administrator platziert ein Produkt-Plugin mit der Maus an die gewünschte Stelle in der Webseite, benennt Artikelnummern für Einzelprodukte oder Kategorien und freie definierte ‚Tags‘ für die Darstellung mehrerer Produkte - und schon kann der Kunde auf der Website diese Produkte in den Warenkorb legen und seinen Einkauf fortsetzen oder zur Kasse gehen.

ADDED VALUE

Professionell Beraten und Verkaufen: CROSS- und UPSELLING

Bieten Sie Ihren Kunden passende oder gar notwendige Artikel zur Ergänzung an oder bewerben Sie, z. B. in einer Seitenspalte, ein hochwertigeres Produkt – exakt passend zum Interesse Ihrer Endkunden.

MAINTENANCE

Administration leicht gemacht.

Neben vielen weiteren Hilfestellungen erstellt VendorS Produktvarianzen automatisch aus der Kombination aller verfügbaren Attribute eines Produkts.

Sie geben ein Grundprodukt vor - z. B. ein T-Shirt - und schon stehen im Shop dank der Attributierungen alle verfügbaren Varianzen in Farbe und Größe bereit. Natürlich können Sie einem Produkt und seinen Varianzen beliebig viele Bilder zuweisen.

CONNECTIVITY

VendorS integriert sich in Ihre bestehende IT-Landschaft: Über vorbereitete Schnittstellen kann es mit Ihrem Warenwirtschaftssystem interagieren.

Auswahl weiterer Funktionalitäten

I. Administration:

I. Produkte:

Produkte werden in Produktkategorien einsortiert. Diesen Produktkategorien kann man ein Themen- sowie ein Listenbild zuweisen. Diese werden in der Website auf Listenseiten angezeigt, die Sie individuell mithilfe von Templates gestalten können.

Zu einem Produkt kann man einen Verkaufsstart sowie ein Verkaufsende angeben. Dies bedeutet, dass Produkte, die als Aktionsware angeboten werden sollen, ihren Anzeigezeitraum direkt, ohne späteres Eingreifen, mitgegeben bekommen.

I.1. Produkte - Varianten:

Produkte haben Produktvarianten (gleiches Produkt, aber andere Attribute wie z. B. andere Farbe, andere Größe etc.)

Produktvarianten können einen eigenen Preis haben, das Produkt selber ist die „Klammer“ um die Varianten und gruppiert diese.

Eine Variante wird stets als Hauptvariante markiert, die in der Produktliste später zuerst gezeigt wird. Weitere Varianten werden entweder durch Bilder (z. B. andersfarbige T-Shirts) oder durch Dropdowns (z. B. Größe) ausgewählt und angezeigt.

Alle Varianten können neben dem individuellen Preis und eine eigene Artikelnummer, ggf. auch ein Bild erhalten - es sind mehrere Bilder zu einer Variante einstellbar (z. B. T-Shirt Vorder- und Rückansicht).

I.2. Produkte - Preise/Versand:

Preise können als Netto- oder Brutto-Preise angegeben werden. Der jeweilige Berechnungswert wird automatisch befüllt. Mehrwertsteuersätze werden separat angegeben und werden beim Produkt ausgewählt.

Es besteht die Möglichkeit, Preise erst nach Anfrage an den Kunden weiter zu geben. Der Shopbetreiber erhält zu einer Anfrage automatisch eine E-Mail.

Versandpauschalen können über vier verschiedene Kriterien (Preis, Gewicht, Volumen & Länge) berechnet werden. Dabei ist es möglich, den Kriterien eine Gewichtung mitzugeben.

I.3. Produkte - Kategorien:

Produkte können in mehreren Kategorien gleichzeitig angezeigt werden (Stammkategorie und z. B. Kategorie „Sonderangebote“)

2. Produktbeziehungstypen

Es können verschiedene Beziehungsstrategien zugeordnet und benannt werden. Dazu gehören:

- Cross-Selling (Ausgangs-Produkt 1 ist ähnlich Produkt 2),
- Up-Selling (Produkt 2 ist ähnlich Ausgangs-Produkt 1 aber höherpreisiger)
- Down-Selling (Produkt 2 ist ähnlich Ausgangs-Produkt 1, aber niedrigpreisiger) und
- Supplies (Produkt 2 ist Zubehör von Ausgangs-Produkt 1)

Diese Beziehungen können jedem Produkt individuell zugeordnet werden.

3. Attributierung /Produkttypen

Produkte können in VendorS vielfältig attribuiert werden. Diese Attributierung dient später der marketingorientierten Produktdarstellung in der Website.

Attribute können zu Produkt-Sets zusammengefasst werden, wobei auch alternative Attribute in dem Set vorkommen dürfen:

*Beispiel: Schuhgröße_amerikanisch (6; 6,5; 7; 7,5; 8; 10;10,5)
Schuhgröße_deutsch (36, 37, 38, 42, ...)*

Das Produktset/Produkttyp „Schuhe“ könnte dann wie folgt aussehen:

*Hersteller,
Gender (Damen, Herren, Jungen, Mädchen...)
Typ (Laufschuh, Business-Schuh, Tennisschuh...),
Schuhgröße_deutsch,
Schuhgröße_amerikanisch,
Material (Leder, Kunststoff...)*

Attribute, die nicht in dem Produktset vorhanden sind, können einem Produkt auch zusätzlich separat zugewiesen werden. Jedem Attribut kann ein Bild hinzugefügt werden. Dieses wird in der Website, neben dem Titel des Attributwertes, als visuelles Attribut angezeigt.

4. Importfunktionalität

Daten aus bestehenden kompatiblen Systemen können per Datenimport eingespielt werden.

Dies kann einmalig oder laufend geschehen. Diese Schnittstelle muss individuell mit dem Betreiber definiert werden.

5. Bilder:

Wenn kein spezielles Bild separat eingestellt wurde, dann wird ein allgemeines Bild für das Produkt genommen. Dieses Bild wird in der Shop-Konfiguration hinterlegt.

6. Shop-Konfiguration

Die Shop-Konfiguration bietet vielfältige Möglichkeiten, den Shop individuell zu konfigurieren.

Man kann hier die Auswahl treffen, welche Bezahlarten man in seinem Shop anbieten möchte.

Auch die Entscheidung, ob man eine Bestellung ohne Registrierung anbieten möchte, wird hier getroffen. Alle Bildgrößen für Produktlisten und Produktdetails sowie für den Warenkorb werden in der Shop-Konfiguration vorgegeben.

7. Bestellungen

Alle über das System eingegangenen Bestellungen werden getrennt nach offenen und erledigten Bestellungen gelistet. Der Lieferstatus kann geändert, Lieferscheine und Rechnungen können ausgedruckt (PDF) und Positionen einer Bestellung getrennt bearbeitet und versendet werden.

Stand 02/2011. Alle Angaben ohne Gewähr, da der Shop in Umfang und Funktionalität entwicklungsbedingten Veränderungen unterworfen ist. Den genauen Umfang regelt eine Feinspezifikation bei Vertragsabschluss.

8. Templates

Um ein dem Corporate Design entsprechendes, aber dennoch einheitliches Aussehen der Shopinhalte zu garantieren, ist es möglich, die Darstellung über frei gestaltbare Templates (Struktur einer Seite) zu bestimmen. Es gibt Templates für die Gestaltung der Kategorielisten, der Produktlisten, der Produktdetailseite sowie des Warenkorbs und der Merkliste. Alle können mit verschiedenen Plugins individuell gestaltet werden.

9. Textbausteine

Texte, die z. B. fest für eine E-Mail hinterlegt werden sollen - das sind z. B. Texte, die als Introtexte sowie Endtexte dienen - werden im Bereich Standardtexte hinterlegt.

10. Steuersätze

Um mit verschiedenen Steuersätzen zu agieren (MwST. 19%, 7%) werden die unterschiedlichen Werte frei angelegt. Auch eine bekannte Steuererhöhung kann problemlos, mit Datum versehen, automatisch zum gegebenen Zeitpunkt berücksichtigt werden.

II. Website

1. Navigation

Die Navigation des Shops besteht aus den Produktkategorien. Diese werden als Links angezeigt. Wählt der Käufer eine Produkt-Navigationsebene aus, werden - je nach Befüllung der Kategorie mit Produkten - weitere Unterkategorien angezeigt, oder direkt eine Auswahlliste mit Produkten.

2. Merkliste und Warenkorb

Produkte können in den Warenkorb oder in eine Merkliste gelegt werden. Außerdem können Produkte aus der Merkliste in den Warenkorb verschoben werden.

3. Bestellvorgang

Es gibt eine Warenkorbseite, von der aus der Käufer die Anzahl der Produkte verändern und Artikel wieder aus dem Korb entfernen kann und von wo er auch direkt zum Check-Out bzw. zur Kasse gehen kann. Dort wird dann optional ein Login angeboten oder es kann auch - wenn vom Betreiber gewünscht - ohne Registrierung bestellt werden. Die Angabe unterschiedlicher Rechnungs- und Lieferanschriften ist möglich.

Die Auswahl der vom Betreiber wählbaren Zahlungsweise (Kreditkarte, PayPal, Überweisung, Vorkasse, Lastschrift, click & buy,...) wird beim Bezahlvorgang getroffen. Vor der tatsächlichen Bestellung sieht der Käufer eine Bestätigungsseite mit allen Kosten inkl. der Lieferkosten. Der Kunde (sowie der Shop-Betreiber, wenn in der Shop-Konfiguration gewählt) erhält über den getätigten Kauf eine Bestätigungsemail.

4. Kundenbereich

Der Kunde sieht in einem nur ihm zugänglichen Bereich alle seine Daten inkl. Bestellhistorie und kann Adressdaten bearbeiten und ergänzen.

5. Suchfunktion

Eine komfortable Live-Suche mit Vorschlagsergänzung ermöglicht das schnelle Auffinden einzelner Produkte oder von Produkten mit dazugehörigen Informationsseiten in der Website.

III. Shopsystem

I. Generelle Feature

- Erweiterbarkeit und Updatefähigkeit der Funktionalitäten (Module)
- Abbildbarkeit verschiedener Ländershops (Sprachen, Währungen, Umrechnungskurs, länderspezifische Produktkataloge)
- B2B Funktionalitäten, z. B. unterschiedliche Preise nach Kundenkategorie (Konditionsgruppen)

2. Traffic

- SEM Funktionalitäten
- Feste Integration nicht nur im Shop, sondern auch in den Adminbereich von Tracking –Tools wie z. Piwik oder Google Analytics
- Navigation/Suche nach Produkt- oder anderen Kriterien (Preis, Farbe, Kundenmeinungen, Nutzung, Produktkategorien)
- „Sprechende“, kurze URLs

3. Merchandising/Produktdarstellung

- „Inszenierbarkeit“ von Produkten (redaktionell gestaltbare Produktseiten, Videos etc.)
- Spezielle Landing-Page pro Produktkategorie (optional)
- Webseite als Produktdatenblatt mit Foto/Video; Produktbeschreibung und Bundel-Anzeige
- Produktvergleich nach verschiedenen Kriterien (optional)
- Cross- und Upselling-Elemente - z. B. „Andere Kunden kauften auch“, fest definierte oder automatisierte Anzeige passender Produkte; Top-Seller Box, Bundeling etc.
- Empfehlungsfunktionalität
- Produkt-Reviews und Content Management mit semantischen Automatismen
- Nutzung von Social Media und Community Functions

4. Kundenverwaltung

- „Mein Konto“ – Abbildbarkeit von Informationen des Kunden
- Multiple-Adressen Management
- Modifizierung der persönlichen Daten durch den Kunden
- Tracking des Versands (integriert, wenn Dienstleister dies unterstützt)
- Download der Versanddokumente
- Management von mehreren Lieferadressen für eine Bestellung
- Kontaktformular
- Cookie Funktion für Warenkorb bei Kaufabbruch (bei eingeloggten Kunden Übergabe an Newsletter möglich für automatisiertes Nachfassen)

5. Back- End

- Import- und Exportfunktionen (Schnittstellen) (optional)
- Anbindung an CRM System (Kundengewinnung + Bindung) möglich (optional)
- Anbindung an E-Mail Marketing und Newsletter-Versand (optional)
- Kundenservicetools (Kundenhistorie, Modifizierung der Bestellung)
- Generierung von Versandpapieren
- Versand automatisch generierter Emails (Bestellbestätigung; Zahlungseingang; Versandbestätigung etc.)
- Reports/Statistiken
- Management von verschiedenen MwSt.-Sätzen, Produktkatalog mit verschiedenen Attributen (Produkte mit und ohne Verpackungseinheit abbildbar), Währungen, Pricing, Produktbeschreibungen