E-Commerce

Stand: 13.10.2022

Merkmale

Wesentliche Elemente des E-Commerce sind die elektronische Durchführung von Geschäftsprozessen zwischen Unternehmen (Business-to-Business) und zwi-schen Unternehmen und Verbrauchern (Business-to-Consumer) und das effiziente Management aller Beteiligten. Über das Internet können so Kunden in elektroni-schen Produktkatalogen stöbern, sich das Produkt ihrer Wahl aussuchen und mit nur wenigen Klicks ihre Bestellung aufgeben. Das bedeutet für die meisten Kun-den maximale Bequemlichkeit und Schnelligkeit – für Unternehmen bedeutet dies minimalle Kosten.

Im E-Commerce nutzt man ausgewählte Informations- und Kommunikationstechnologien zur elektronischen Integration und Verzahnung von Wertschöpfungsketten. Hierbei ist vor allem von der Eliminierung von Organisationsgrenzen zwischen Online- und Offline-Bereich die Rede. Die traditionellen Prozesse eines Unternehmens umfassen vielfältige Medienbrüche – so werden Informationsdaten telefonisch, postalisch oder schriftlich verbreitet. Ein automatisierter Austausch passiert dagegen eher selten. Typisch für das E-Commerce ist die elektronische Abwicklung aller Geschäftsprozesse und die gezielte Effizienzsteigerung aller Geschäftsbeziehungen. Somit setzt das E-Commerce auf beinahe ausschließlich digitale Technologien.

Unternehmen als virtuelle Verkaufsberater

Heutzutage beschaffen sich die meisten Kunden über das Internet alle Informationen über Produkte und Dienstleistung – und dies bereits lange vor der Phase des Kaufs. Mit interaktiven Programmen können Unternehmen ihren Kunden sogar eine qualitativ hochwertige Beratung bieten. Dabei wird der Kunde an die Hand genommen und mit auf eine elektronische Entdeckungsreise durch das Leistungsangebot geführt. Dies ermöglicht Unternehmen die genaue Erfassung von Interessen der Kunden. So können die ihnen gezielte Vorschläge machen, welches Produkt für sie in Frage kommen könnte. Durch gesammelte Informationen über die Vorlieben der Kunden können Unternehmen zudem durch personalisierten Kundendienst glänzen. Dadurch wird den Kunden die bestmögliche Unterstützung geboten, indem interessante Zusatzinformationen für den Umgang mit den Produkten und Dienstleistungen, sowie ein persönlicher 24-Stunden-Ansprechpartner zur Verfügung stehen. Dadurch agieren Unternehmen als „virtuelle Verkaufsberater“.

Chancen des Online Handel

Die Deutschen geben im Internet immer mehr Geld aus. Dies bestätigt auch eine Studie des Bundesverbands E-Commerce und Versandhandel e.V. aus dem Jahr 2016. Den Ergebnissen dieser Untersuchung zu folge, konnte das E-Commerce in einem Jahr ca. 66,9 Mrd. € verbuchen – ein riesigen großes Potenzial für alle Unternehmen in diesem Bereich. Die Ausgaben der Kunden erstrecken sich von Bekleidung über Elektronikartikel und Telekommunikation bis hin zu Haushaltswaren und -Geräten. Der jährliche Vergleich der Ausgaben zeigt außerdem, dass immer mehr Kunden dem Online Shopping treu

bleiben und einen Großteil ihrer Einkäufe im Internet tätigen. Die Prognosen, welche Umsätze im Bereich des E-Commerce künftig realisiert werden, kann als äußerst optimistisch bezeichnet werden. Daraus ergibt sich ein stetig wachsender E-Commerce-Markt, der noch lange nicht vollständig erschlossen wurde.

Vorteile

- Maximale Bequemlichkeit für den Kunden – Shopping mit nur wenigen Klicks
- Optimale Erfüllung aller Kundenbedürfnisse und damit hohe Kundenzufrie-denheit
- Erhöhter Informationsaustausch zwischen Unternehmen und Kunden (bspw. durch personalisierten Kundenservice)
- Schnelle Reaktionszeit bei Problemen und Unstimmigkeiten
- Unmittelbare Kundennähe und erleichtertes Customer Relationship Ma-nagement (CRM)

Nachteile

- Persönliche Kommunikation zwischen Unternehmen und Kunden wird schnell vernachlässigt
- Hohe Absprungraten der Kunden vor Verkaufsabschluss
- Hoher Konkurrenzdruck aufgrund zahlreicher E-Commerce-Unternehmen

Herausforderungen und Hürden im E-Commerce

Die Chancen, die sich für Unternehmen im E-Commerce ergeben, sind enorm. Die Hürden, die für ein erfolgreiches E-Business genommen werden müssen, aller-dings ebenso. Das Scheitern vieler E-Commerce-Vorhaben ist ein Indiz dafür, dass viele Unternehmen die Herausforderungen unterschätzt haben. Je größer die Potenziale und Chancen, desto schwieriger ist meist die erfolgreiche Umsetzung. Die größte Gefahr des E-Commerce ist der hohe Konkurrenzkampf unter den Organisationen. Es besteht die Wahrscheinlichkeit, dass umgesetzte E-Commerce-Aktivität zunächst nicht einmal auffallen. Gerade im Business-to-Consumer-Bereich, also im Geschäft mit Endkunden, besteht dieses Risiko. Doch auch, wenn ein Unternehmen im E-Commerce Fuß gefasst hat, bestehen weiterhin Herausforderungen, die tagtäglich gemeistert werden müssen. Denn anders als im herkömmlichen Ladengeschäft hat der Kunde jederzeit die Möglichkeit zu einem Wettbewerber zu wechseln. Die Gründe, weshalb potenzielle Internet-Käufern ihren gefüllten Warenkorb ab der virtuellen Warenkasse zurücklassen, sind zahlreich. Zum einen lassen sich eine unverständliche Benutzerführung oder gar Systemabstürze als Grund benennen. Im Internet erhalten die meisten E-Commerce-Shops nur eine Chance Kunden von der Attraktivität der Produkte oder Dienstleistungen zu überzeugen. Sind die Kunden durch zu lange Ladezeiten, unverständliche Benutzerführung oder nicht funktionierende Systeme enttäuscht, werden sie schnell das Weite suchen und möglicherweise nie wiederkehren.

Zusammenfassung

Studien belegen das große Potenzial des Shoppings im Internet. Immer mehr Kon-sumenten erwerben Produkte des alltäglichen Lebens in der virtuellen Welt und klicken sich durch zahlreiche Produktkataloge. Diesen Trend haben Unternehmen erkannt und setzen daher vermehrt auf das E-Commerce. Dieses umfasst alle Ge-schäftsbereiche des elektronischen Handelns und ist somit ein Teil einer E-Business-Strategie. Wesentliche Elemente des E-Commerce sind die elektronische Durchführung von

Geschäftsprozessen im B2C- sowie im B2B-Bereich. So können Kunden in elektronischen Angeboten stöbern, sich das Produkt ihrer Wahl aussuchen und mit wenigen Klicks bestellen. Das ermöglicht für die meisten Kunden maximale Bequemlichkeit und Schnelligkeit. Für Unternehmen öffnet dies neue Wege und minimiert Kosten, die sonst für herkömmliche Verkaufswege genutzt werden. Auch wenn sich die Chancen des E-Commerce auf den ersten Blick mehr als verlockend anhören, sollten Unternehmen den organisatorischen sowie finanziellen Aufwand nicht außer Acht lassen. Der hohe Konkurrenzkampf verringert die Wahrscheinlichkeit, dass umgesetzte E-Commerce-Aktivitäten zu Beginn wirklich auffallen. So kann es schnell passieren, dass Onlineshops schnell in die ewigen Jagdgründe des Internets verschwinden. Konzentrieren sich Unternehmen jedoch auf ihre E-Business-Strategie und setzen alles daran, um ihre Onlinekompetenzen zu stärken, bietet das E-Commerce zahlreiche Chancen, um in der virtuellen Welt Fuß zu fassen.

Als Full-Service Digital-Marketing-Agentur stehen wir Ihnen strategisch und operativ mit unserer Expertise aus mehr als 2.500 Projekten zur Seite!