



Jetzt ein Webshop!

Top vorbereitet ist er fix gemacht. Viele Basis-Programme sind jetzt fast umsonst zu haben und bringen Unabhängigkeit und Umsatz. Wenn man alles gut durchdacht und vorbereitet hat. Eine Anleitung zum Selbermachen.

TEXT Denise Yannoulis ILLUSTRATION Jasmin Hofmann

Ein Webshop ist bei einem Lock-down die Rettung und das Geschäftsmodell für die Zukunft. Das belegen die stetig steigenden Umsatzzahlen im Onlinehandel und günstige Webshop-Lösungen gibt es an jeder Ecke im Netz.

Meine neue Filiale

Doch bedenken Sie das Wichtigste zuerst: Ein Webshop ist vergleichbar mit einer neuen Filiale. Genau wie bei Ihrer ersten Geschäftseröffnung ist es wichtig, sich

vorgängig ein paar grundlegende Gedanken zu den Rahmenbedingungen zu machen – betreffend Shop- und Sortimentsgestaltung, Verkaufskanäle und Zahlungsmöglichkeiten. Genauso wie zum Verkaufspersonal. Denn die Filiale wird 24 Stunden und sieben Tage die Woche offen sein. Ist auch das benötigte Material wie Text, Bilder und Verträge mit Zahlungsanbietern bereitgestellt, suchen Sie

sich ein geeignetes Webshop-Programm aus – und los geht's!

Do it yourself

Für einen Blitz-Webshop brauchen Sie keinen teuren Rolls-Royce, da tut es auch ein Smart. «Unser Programm basiert darauf, dass die Floristinnen und Floristen das Programm selber bedienen und sich mithilfe eines Programmassistenten und Helpcenters alleine orientieren», präzisiert dann auch der Marketingleiter Jonas Huonder von mycommerce.ch. Das funk-

tioniert bei beliebten Programmen (siehe Box) in der Regel auch sehr gut: Sie sind so konzipiert, dass man Klick für Klick an allen Entscheidungsebenen vorbeikommt und dort in Drop-down-Menüs das Gewünschte auswählt oder die eigenen, bereitgestellten Bilder und Texte hochladen kann. Es hilft, wenn man mit Webshops selber vertraut ist oder sich einen geübten Shopper aus dem Team zur Seite nimmt. Machen Sie mehrere Leute mit dem Tool vertraut, damit die «Filialleitung» eine Stellvertretung hat. Danach heisst es auch hier, wie bei Corona: Testen, testen, testen!

Wie, wer, wann, was?

Einen Webshop einzurichten braucht Konzentration und Zeit – doch vor allem einen unternehmerischen Entscheid. Denn ist der Shop erst mal eröffnet und die Kundschaft am Shoppen, muss er unterhalten werden. Ändern sich die Verfügbarkeiten der Floristik von angebotenen Strässen, Vasen oder Grusskarten, muss dies auch im Shop geändert werden. Und die Kundschaft ist verwöhnt: Das Angebot von letzter Woche war schön, dieses Mal will sie etwas Neues! Bestellungen kommen wie bei Fleurop Tag und Nacht herein und die Kundschaft kann sich mit den neuen Social-Media-Kommunikationskanälen plötzlich multiplizieren.

Augen auf beim Angebot

Mit den günstigen Webshop-Programmen verhält es sich wie mit den Blumen beim Grossverteiler: Es ist ein Strauss. Die Angebote umfassen alle nötigen Basisfunktionen, doch gute Zusatzfunktionen kosten extra. Im Preis auch nicht inbegriffen sind die Einrichtungskosten, die für Neulinge rasch komplex und zeitlich aufwendig werden können. Achten Sie daher gut darauf, ob ein günstiges Basisprogramm alle Ihre Wünsche und Ansprüche, wie unterschiedliche Mehrwertsteuersätze oder Versand- und Abholmöglichkeiten erfüllen kann.

Ein letzter, wichtiger Punkt ist die Frage, ob Sie wirklich alles selber machen wollen oder können. Denn allein der ganze Aufsetzvorgang des Webshops mit allen Variablen kann mühsam und demotivierend werden. Bevor Sie sich erst dem Teil zuwenden können, den nur Sie können: dem Inhalt des Shops. Gegebenenfalls ist es sinnvoller, sich von einem Dienstleister alle technischen Grundeinstellungen machen zu lassen. Wir empfehlen Ihnen die Unterstützung durch einen Fachmann (siehe Box Seite 15).

Es gibt einiges zu überdenken und zu tun – aber dafür füllt sich dann auch die Kasse! Die Umsatzzahlen zeigen: Gutgemachte Webshops sind ein Top-Verkaufskanal. ♣

JÜRGEN BIRCHLER, BELLEFLEUR, ZUG

«Nach dem ersten Shutdown haben wir unseren Webshop innerhalb einer Woche realisiert. Wir wollten eine komplette Lösung mit integrierter Bezahlmöglichkeit. Zuvor hatten wir unser Angebot im Shop auf Rosen in diversen Farben und einer Einheitslänge beschränkt. Ziel ist es, ein saisonales Blumengeschenk-Angebot mit einer starken Rotation aufzuschalten. In unserem Team ist eine Mitarbeiterin fix für den Shop verantwortlich und er wird periodisch durch unseren Instagram-Kanal beworben.» > bellefleur.ch



«Nous avons mis la boutique en ligne sur pied après le confinement. Nous voulions une solution complète avec une possibilité de paiement intégrée. Au niveau de l'assortiment, nous nous sommes concentrés sur les roses au début. En décembre, nous avons ajouté les créations festives, et maintenant, les tulipes. Dans notre équipe, une collaboratrice a été nommée responsable de la boutique en ligne, dont nous faisons fortement la promotion sur Instagram. Sans les réseaux sociaux, plus rien n'est possible aujourd'hui!»

Anbieter von Webshop-Programmen*

- mycommerce.ch by localsearch
- shopify.com
- Jimdo.com
- de.wix.com
- SITE123.com
- GoDaddy.com

* Unvollständige Liste der bekanntesten Anbieter



SANDRO HÜNI, PÜNTER.
BLUMEN.GARTEN, STÄFA

«Wir haben unseren neuen Webshop mit mycommerce selber aufgesetzt. Eine grosse Herausforderung war die Sortimentsgestaltung, die sehr saisonal sein soll. Der ganze Aufbau will von den Fotos bis zu den Betriebsferien gut durchdacht sein. Nach Abschluss haben wir den Link zuerst ein paar Testkunden geschickt, bevor wir ihn demnächst mit der Website verknüpfen. Das Programm ist eine Superlösung für seinen Preis und erleichtert die Bestellaufnahme gegenüber dem Telefon.» > puentner-blumen.ch

«Nous avons créé notre nouvelle boutique en ligne nous-mêmes avec mycommerce. La composition de l'assortiment, qui varie fortement selon les saisons, nous a posé un grand défi. Toute la structure a été bien pensée, depuis la «Direction de la succursale» jusqu'aux «Congés annuels». Une fois le travail terminé, nous avons d'abord envoyé le lien à quelques clients qui l'ont testé avant que nous le reliions au site Web. Le programme est une excellente solution pour son prix, et la prise des commandes est plus simple que par téléphone.»

Die 10-Punkte-Checkliste

1. Shopkonzept

Welche Angebote und Rahmenbedingungen funktionieren zurzeit in unserem realen Geschäft? Was will ich davon auch im Webshop anbieten? Welche Artikel würden sich allenfalls für einen Webshop auch noch eignen?

2. Sortimentsgestaltung

Wie viele Sträuße sollen im Shop angeboten werden? Welche Themensträuße wollen wir anbieten? Verkaufen wir auch noch andere Produkte und in welche Kategorien lassen sich alle einordnen? Wollen wir dazu passende Produkte miteinblenden? Wie regeln wir die Lagerbewirtschaftung?

3. Bild, Text, Logos

Habe ich bereits Fotomaterial? Woher bekomme ich Stimmungsbilder für die Website (siehe Angebot Foto-CD)? Wie und wo kann ich unsere Sträuße schön fotografieren? Wer schreibt die Texte zu Geschäftsphilosophie, Team, Strauskompositionen? Welche Kunden würden eine Referenz abgeben?

4. Liefer- und Versandkosten

Wie hoch sind die Kosten für eine Auslieferung? Für den Versand? Bieten wir Gratislieferungen? Mit welchen Fristen kann die Kundschaft verlässlich rechnen?

5. Verkaufskanäle

Wie kann ich meinen neuen Shop bei meinen bestehenden und neuen Kunden bewerben? Machen wir einen regelmässigen Newsletter, ein Mailing, einen Flyer? Binden wir den Shop an unseren Facebook- und/oder Instagramkanal an?

6. Zahlungsmöglichkeiten

Welche Angaben müssen in das vorbereitete Rechnungsformular hinein? Können wir bestehende Verträge mit Zahlungsanbietern wie Paypal, Datatrans, Kreditkarten oder Twint mit einbinden oder müssen diese erst noch aufgebaut werden?

7. Allgemeine Geschäftsbedingungen

Haben wir eigene AGBs oder passen wir vorgefertigte Musterformulare an unsere Rahmenbedingungen an?

8. Shop-Personal

Wird der Shop nur von einer oder von mehreren Benutzern verwaltet? Wer kann ihn einrichten? Wer kümmert sich hauptverantwortlich darum? Könnte die Shopbetreuung ausgelagert werden: Wer, ausserhalb des Teams, könnte mitarbeiten?

9. Shopanbieter und -programm

Wie wichtig sind mir Verlässlichkeit und Support? Will ich nur eine Blitzvariante oder eine ausbaufähige Version? Wie viel Zeit will ich selber aufbringen? Wie experimentierfreudig bin ich (Kosten, Zeit und Nerven)?

10. Installation und Inbetriebnahme

Wie viel technisches Verständnis mute ich mir selber zu? (Siehe Service-Paket in blauer Box rechts.)

Exklusives Service-Angebot für Abonentinnen und Abonenten

TIPP

Wer sich selbst und ständig mit Computern befasst, weiss, dass dies eine Welt für sich und für Fachleute ist. Ihre Energie braucht es jedoch für den Shop-Inhalt. Die Redaktion will Sie bei Ihrem Vorhaben entlasten: Wir haben daher in Zusammenarbeit mit einem Dienstleister unseres Vertrauens ein Service-Paket für Sie geschnürt. Es umfasst eine vorgängige persönliche Bedarfsabklärung mit Ihnen, ist damit quasi massgeschneidert und umfasst für 290 Franken (exkl. MwSt) folgende Leistungen:

- Grundkonfigurationen/Erstellen der Shop-Domain
- Aufbau Sortimentskategorien/Musterartikel
- Einrichten aller Zahlungs- und Versandoptionen
- Verknüpfungen zu Ihren Social-Media-Konten
- Einrichtung der Datenschutzklauseln und AGBs
- E-Mail Support innerhalb von 30 Tagen

Alle Details zum Angebot finden Sie auf florist.ch.

Quand nous utilisons l'ordinateur, nous nous rendons bien compte que c'est un monde à part réservé surtout aux professionnels. La Rédaction veut vous aider dans vos projets. Nous avons donc, en collaboration avec un prestataire qui a toute notre confiance, développé un paquet-service, quasiment coupé sur mesure au prix de Frs 290.– (hors TVA). Il englobe la discussion sur tous vos besoins, les configurations de base, l'établissement du Domaine du Shop (Website et son nom), définition des catégories d'assortiment, des articles, des modèles, choix des différentes options de paiement, des conditions de livraison, des liens avec les médias sociaux que vous utilisez, les clauses de protection des données, l'établissement des conditions générales et le support courriel en l'espace de 30 jours.

Vous trouverez l'offre sur florist.ch.

Bilderauswahl: Foto-CD von florist.ch



BlumenPuls Schweiz / Florist
Fotos 2020

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte! Die Foto-CD von florist.ch mit rund 190 professionellen Bildern hält für jede Stimmung und jeden Anlass ein passendes Sujet bereit. Sie kostet 100 Franken (50 Franken für florist.ch-Mitglieder) und kann per E-Mail an info@florist.ch

bestellt werden (Vermerk Foto-CD und die Postanschrift nicht vergessen!).