

## Saisonale Themen und Aktionen kurbeln den Umsatz an

Webshops bieten den Kunden viele Vorteile. Die Besucher können innerhalb kürzester Zeit Produkte und Preise vergleichen. Die Geschäfte haben rund um die Uhr geöffnet. Uhrzeit und Entfernungen spielen keine Rolle. Onlineshopping bedeutet, dass der Kunde entspannt einkaufen kann. In den meisten Fällen sogar zu wesentlich günstigeren Preisen als in den Ladengeschäften der Innenstadt. Das wissen Sie schon alles? Klar, aber eins vergessen viele Onlineshop-Betreiber:

JEDER Onlineshop im Netz bietet exakt diese Vorteile. Um sich von der Konkurrenz abzuheben, die Produkte zu verkaufen und die Kunden zu halten, muss man sich was einfallen lassen! Selbstverständlich schaut der Kaufinteressent in erster Linie auf den Preis, doch auch emotionale Kaufentscheidungen spielen eine wesentliche Rolle.

### Saisonale Themen aufgreifen

Fast jede Shopsoftware ermöglicht ein „Produkt der Woche“ auf der Startseite des Shops. Die meisten Webmaster nutzen diese Funktion auch, doch nur wenige schöpfen das ganze Potential dieser Funktion aus. Ein einfacher Link zum Produkt ist wenig verkaufsfördernd. Greifen Sie saisonale Themen auf und machen Sie den Besuchern das Highlight der Woche so richtig schmackhaft! Egal ob Weihnachten, Halloween, Ostern oder Valentinstag, egal ob Frühlingsanfang, Ferienzeit oder Grillsaison, in jedem Shop findet sich etwas, das passt.

Versetzen Sie sich in Ihre Käufer und gehen Sie im Text zum „Produkt der Woche“ auf das ein, was die Besucher aktuell beschäftigt. So wird beispielsweise die Chili-Sauce, die Sie verkaufen, am Valentinstag zum heißen Tipp fürs romantische Dinner, an Halloween ist sie das teuflische Extra fürs Grusel-Büffet, in der Grillsaison macht sie den Würstchen Dampf und und und....

### Grippewelle, Finanzkrise, Abwrackprämie

Was mit Feiertagen funktioniert, das funktioniert auch mit aktuellen Entwicklungen. Rollt die Grippewelle an, machen Sie den Besuchern Ihrer Seite konkrete Angebote zu diesem Thema. Sei es ein Kinderbuch, das den kranken Nachwuchs unterhält, eine warme Daunendecke oder der frisch gepresste Orangensaft, den der Kunde im Handumdrehen mit



*Sabrina Kirnapci*

[www.ki-worte.de](http://www.ki-worte.de)

Autor/Quelle

Autorin des Beitrags ist die Hörfunk- und PR-Redakteurin Sabrina Kirnapci. Sie ist Inhaberin der Textagentur Ki-Worte in Siegen. Die Agentur hat sich unter anderem auf die redaktionelle Optimierung von Onlineshops spezialisiert und bietet inhaltliche Zusatzangebote für Linkaufbau, Suchmaschinenoptimierung und Kundenbindung.

der Saftpresse aus Ihrem Shop zubereiten kann. Ihr Konjunkturprogramm für ein schnelles Ende der Finanzkrise ist eine einmalige Rabattaktion und wer zwar kein Auto loswerden möchte, dafür aber seinen alten Toaster, dem bieten Sie eine Toaster-Abwrackprämie beim Kauf eines neuen Geräts in Ihrem Shop. Der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt. Denken Sie daran, dass Sie im Text die Emotionen der Besucher ansprechen und die Produkte so beschreiben, dass ein „Muss-ich-haben-Effekt“ eintritt!

### **Der richtige Mix aus Handel, Entertainment und Aktionen**

In den Einkaufsgalerien der Großstädte heißt das Zauberwort „Erlebnis-Shopping“. Und auch im Internet erwarten die Kunden inzwischen mehr als aufgereihte Produktbilder mit Kurzbeschreibungen. Nun kann man seinen Besuchern im Onlineshop kaum einen Kaffee anbieten oder Kleinkünstler auftreten lassen. Das Konzept, das hinter dem Erlebnis-Shopping steht, lässt sich aber auf den E-Commerce übertragen. Die richtige Mischung aus Handel, Entertainment und interaktiven Angeboten lockt die Kunden an und macht sie zu Käufern.

Starten Sie doch beispielsweise zur Urlaubszeit eine Italien-Woche. Bieten Sie den Kunden Ratgeber rund um den Toskana-Urlaub, veröffentlichen Sie italienische Rezepte oder greifen Sie kulturelle Motive rund um Italien auf. Die Artikel sollten natürlich zu Ihrem Angebot passen, denn die Hinweise auf passende Produkte im Shop dürfen nicht fehlen. Im Baumarkt können passende Produkte Natursteine sein, mit denen man sich ein Toskana Flair auf die Terrasse holt, im Delikatessen-Shop sind es Weine und italienische Spezialitäten, im Modeshop gibt es Sommerkleidung für den Strandurlaub.

Passend zur Themenwoche können Sie zudem kleine Gewinnspiele veranstalten, Rabattaktionen einbinden oder Umfragen starten. Themenwochen kann sich jeder selber ausdenken. Stimmen Sie die Angebote auf die Jahreszeit, die Produkte und die Zielgruppe ab! Ganz wichtig: Animieren Sie Ihre Besucher im Text zum Mitmachen und Stöbern. Verwenden Sie die Sprache Ihres Kundenkreises, also einen jungen Stil für Teenager, einen emotionalen Stil für Damen, einen informativen Stil für Herren!

### **Newsletter und Aktualität**

Das „Produkt der Woche“, Themenwochen und andere Aktionen sind hervorragende Inhalte für die Kunden-Newsletter. Monotone Ankündigungen neuer Produkte will niemand lesen. Durch frische und spannende Themen im Newsletter bekommen Sie die Leser viel eher dazu, in Ihren Shop zurückzukehren. Preisen Sie die Ratgeber Ihrer Themenwoche an, weisen Sie auf Gewinnspiele und interaktive Aktionen hin und setzen Sie die Produktwerbung im Newsletter in einen aktuellen Zusammenhang!

Auch die Online-Wirkung saisonaler Themen und Aktionen ist nicht zu unterschätzen. Wer einen unbekannteren Shop aufsucht, der kann sich nie sicher sein, ob es sich um ein gepflegtes Angebot handelt oder um ein unprofessionelles Angebot, das nur sporadisch betreut wird. Neben den klassischen News geben aktuelle Themen dem Besucher sofort die Sicherheit, dass der Shop „lebt“ und dass sich der Anbieter mit vollem Einsatz um die Kunden kümmert. Ein echter Pluspunkt, der das Vertrauen ins Angebot ungemein steigert! ■ ■

## Aktionen 2009

JANUAR						
MO	DI	MI	DO	FR	SA	SO
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

FEBRUAR						
MO	DI	MI	DO	FR	SA	SO
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	

MÄRZ						
MO	DI	MI	DO	FR	SA	SO
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

APRIL						
MO	DI	MI	DO	FR	SA	SO
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

MAI						
MO	DI	MI	DO	FR	SA	SO
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

JUNI						
MO	DI	MI	DO	FR	SA	SO
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

JULI						
MO	DI	MI	DO	FR	SA	SO
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

AUGUST						
MO	DI	MI	DO	FR	SA	SO
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

SEPTEMBER						
MO	DI	MI	DO	FR	SA	SO
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

OKTOBER						
MO	DI	MI	DO	FR	SA	SO
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

NOVEMBER						
MO	DI	MI	DO	FR	SA	SO
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

DEZEMBER						
MO	DI	MI	DO	FR	SA	SO
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		