



JAN 2024

PRAXIS BERICHT

BUSINESS CASE Probieren & Genießen

ZUM THEMA „Dokumentation –
Management hybrider Wertschöpfung“

Projektteam: Johannes Hofmann, Tanja Pietsch und
Luisa Sophie Haaf

Projektkoordination: Michael Edelbüttel

EINFÜHRUNG

Probieren & Genießen ist ein inhabergeführtes Einzelhandelsunternehmen, das 1998 in Mannheim gegründet wurde und seinen Fokus auf hochwertige Feinkostartikel legt. Unter der Leitung von Rüdiger Elzer bietet das Unternehmen ein umfangreiches Sortiment an Produkten aus natürlichen Zutaten an, darunter Essig, Öl, Gewürze, Kaviar, Spirituosen und Schokolade, die sich durch ihre Qualität auszeichnen. Obwohl Probieren & Genießen über eine Online-Präsenz verfügt, ist die Leistung des Shops in Bezug auf die Umsatzgenerierung noch nicht zufriedenstellend. Das Projekt zielt darauf ab, die Online-Präsenz zu verbessern, indem die aktuelle Performance mit anderen Unternehmen verglichen wird, digitale Methoden zur Konversionsratensteigerung erarbeitet werden und Optimierungspotenziale abgeleitet werden, um Besucher zu treuen Kunden zu machen.

AUSGANGSLAGE, ZIELSETZUNG UND AUFBAU DER ARBEIT

Zunächst wurde eine Analyse durchgeführt, um Stärken und Schwächen der Website und des Instagram-Kanals aufzudecken.

Die strukturierte Analyse der Website gliedert sich dabei in die Kategorien „Inhalt“, „Benutzerfreundlichkeit“, „Design“ und „Service“. Besonders positiv sticht bei der Analyse die inhaltliche Vollständigkeit der Website, die übersichtliche Navigation und der unkomplizierte Zahlungsvorgang hervor. Als Schwäche konnten unter anderem die fehlende Einheitlichkeit in der Gestaltung, das ungeeignete Titelbild auf der Startseite, zu lange Ladezeiten und verbesserungswürdige Produktbeschreibungen identifiziert werden. Zum Vergleich wurde eine Konkurrenzanalyse mit den beiden Wettbewerbern „Gepps“ und „Gustini“ durchgeführt.

Zusätzlich wurde der Instagram-Kanal von Probieren & Genießen analysiert. In diesem Zusammenhang unterteilte sich die Analyse in die Kategorien „Inhalt“ und „Design“. Inhaltlich konnte festgestellt werden, dass Beiträge den Interessenten nicht genug Mehrwert bieten. Hinsichtlich des Designs wurde eine mangelnde Einheitlichkeit in den Beiträgen identifiziert. Auch hier wurde der Konkurrent Gustini für eine Konkurrenzanalyse herangezogen.

DIGITALE METHODEN

Die Erarbeitung digitaler Methoden dient dem Ziel, die Sichtbarkeit des Online-Shops von Probieren & Genießen zu erhöhen und die Anzahl der Bestellungen zu steigern.

Die digitalen Marketinginstrumente sind dabei in drei Bereiche unterteilt: Targeting, Website- Weiterleitung und Konvertierung. Das Ziel ist es, qualifizierte Besucher auf den Online-Shop zu bringen. Dabei kann SearchEngine Optimization (SEO) helfen die Sichtbarkeit der Website

Probieren & Genießen in den Suchergebnissen zu erhöhen, indem relevante Keywords und strukturierte URLs verwendet werden. Des Weiteren kann Search Engine Advertising (SEA) genutzt werden, um die Website als bezahlte Anzeige in der Suchmaschine prominenter zu platzieren. Hinsichtlich Social Media (wie Instagram und Facebook) generiert Probieren & Genießen Traffic, jedoch müssen ineffektive Plattformen wie YouTube und Pinterest überdacht werden. Eine weitere Methode, welche das Unternehmen anwenden kann ist Affiliate Marketing, um von der Community von Publishern zu profitieren und die Verkäufe auf der eigenen Website zu steigern.

HANDLUNGSEMPFEHLUNG

Auf Basis der Optimierungspotenziale werden im Folgenden die konkreten Handlungsempfehlungen für die Website und den Instagram-Kanal vorgestellt, welche Herr Elzer größtenteils eigenständig umsetzen kann.

Zu den konkreten Handlungsempfehlungen der Website zählen unter anderem die Kürzung der Produktbeschreibung auf relevante Informationen, die Festlegung von einheitlichen Gestaltungsrichtlinien, die Neugestaltung der Startseite und die Komprimierung von Bildern für eine verbesserte Ladezeit. Zusätzlich wird empfohlen die Suchfunktion der Webseite auf Fehleranfälligkeit zu überprüfen und auszubessern.

In Bezug auf den Instagram-Kanal ist es empfehlenswert, die Beiträge abwechslungsreicher zu gestalten. Dabei ist es essenziell, dass die Beiträge dem Interessenten einen Mehrwert bieten und nicht nur eine Werbefunktion erfüllen. Um Interaktionsraten zu fördern, sollten Interessenten direkt angesprochen werden und zu Handlungen aufgefordert werden. Darüber hinaus ist es ratsam, Beiträge farblich einheitlich zu gestalten und hochwertige Fotos, statt stark bearbeiteten Bildern zu verwenden. Um den Wiedererkennungswert zu steigern, könnte das Logo von Probieren & Genießen als Profilbild verwendet werden.

AUSBLICK

Probieren & Genießen bringt bereits einige Grundlagen für einen erfolgreichen Online-Shop mit. Trotzdem konnten durch die Analyse des Online-Auftritts Optimierungspotenziale aufgedeckt werden. Dabei muss beachtet werden, dass Herr Elzer viele Aufgaben eigenständig bearbeitet und somit nur begrenzte Ressourcen verfügbar sind.

Sofern zukünftig die vorgestellten digitalen Methoden zum Einsatz kommen, ist eine Verbesserung des Suchmaschinenrankings möglich. Social Media und Affiliate Marketing können hierbei die Sichtbarkeit des Webshops zusätzlich unterstützen.

Bei Umsetzung der Handlungsempfehlungen für ein besseres Nutzererlebnis ist ein professionellerer Auftritt von Website und Instagram realisierbar. Außerdem wird dabei der Wiedererkennungswert gesteigert und eine Corporate Identity geschaffen.

Es ist zu erwarten, dass selbst durch marginale Anpassungen eine positive Wirkung erzielt werden kann. Bei einer erfolgreichen Umsetzung besteht die Aussicht auf eine Steigerung von Bestellungen und Umsatz im Webshop.

BUSINESS CASE PROBIEREN & GENIESSEN

ZUM THEMA „DOKUMENTATION – MANAGEMENT HYBRIDER WERTSCHÖPFUNG“

Projektteam

Johannes Hofmann
Tanja Pietsch
Luisa Sophie Haaf

Projektkoordination

Michael Eddelbüttel

Kontakt

E-Mail

Service Innovation Campus
Kompetenzzentrum

smart-service-bw@htwg-konstanz.de
sic.htwg-konstanz.de
smart-service-bw.de

Ein Projekt von:



Unterstützt durch:



Baden-Württemberg
MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND TOURISMUS