**Projekt SWISSGROOVES**

# Anforderungen und Erfolgsfaktoren

Formulierung aus der Stakeholder-Klausurtagung:

### 1 Kundenfreundlichkeit, Individualisierung und „emotionale“ Kundenbindung

Es besteht zwar kein persönlicher Kontakt mit dem Kunden, aber das Erlebnis unserer Produkte im Internet ist viel höher und interaktiver, als dies in Printmedien der Fall ist. Unser Angebot muss den kommunikativen und emotionalen Wünschen des Kunden entsprechen, um ihn zum Kauf zu motivieren.

Die Motivation des Kunden zum Online-Shopping ist meist rein emotional bedingt: Raritäten, Langgesuchtes, die Vollständigkeit des Angebots, die Gestaltung der Website – das alles sind wichtige Aspekte, welche positive Empfindungen beim Kunden auslösen.

Neben Kundengewinnung muss auch Wert gelegt werden auf Kundenbindung. Es muss alles getan werden, um den Kunden zu halten, sei es durch Prämien, Zusatzleistungen oder Preisnachlässe. Denn bestehende Kundenbeziehungen aufrechtzuerhalten ist um ein Vielfaches billiger als neue Kunden zu gewinnen.

Der Webshop soll entsprechende Möglichkeiten von individuellen Rabatten und Zusatzleistungen ermöglichen.

### 2 Kundenkontakt

Es muss genügend Möglichkeiten für den Kunden geben, um mit uns in Kontakt zu treten:

* email,
* Kontaktformulare und
* Gästebücher.

Der Kunde möchte schliesslich wissen, mit wem er es zu tun hat.

### 3 Kundenfreundliche und sichere Bezahlung

Für die Bezahlung ist es wichtig, dem Kunden die grösstmögliche Sicherheit und Einfachheit zu bieten, sofern diese über das Internet erfolgt. Diese Informationen dürfen Dritten nicht zugänglich sein. Es ist wichtig, den Kunden auf die Sicherheit unseres Systems hinzuweisen.

### 4 Gestaltung des Webshops

Ein weiterer Motivationsfaktor für den Kunden ist die Gestaltung des Webshops. Wesentliche Kriterien sind dabei

* Animation,
* Kommunikation,
* Übersichtlichkeit und
* Benutzerfreundlichkeit.

Wir legen grossen Wert auf die Gestaltung der Benutzeroberfläche, da diese einen Teil unserer Unternehmenskommunikation darstellt. Dabei achten wir besonders auf die Benutzerfreundlichkeit (einfache und logische Navigation), um somit das Interesse des Kunden zu wecken und ihn an uns zu binden.

### 5 Verfügbarkeit

Die Leute werden häufig in den Abendstunden surfen und online einkaufen. Der Webshop muss deshalb praktisch 24 Stunden am Tag verfügbar und sehr performant sein. Nichts ist beim Surfen ärgerlicher als langsame oder sogar nur teilweise verfügbare Webseiten. Da wenden sich Kunden rasch ab und sind damit für uns verloren.

### 6 Aktualität

Das Produktsortiment muss jederzeit aktuell und breit sein. Die neusten CDs, Musikstücke und Filme müssen sofort im Webshop verfügbar oder zumindest vorbestellbar sein.

### 7 Schnelligkeit und Flexibilität

Wir legen viel Wert auf Schnelligkeit und Flexibilität. Hat ein Kunde ein Produkt bestellt, reagieren wir rasch und senden eine automatisch erstellte Bestätigung des Kaufs per email zu. Das Produkt soll bei einer Bestellung bis 16:00 Uhr noch am gleichen Tag oder spätestens am Folgetag ausgeliefert werden. Denn lange Wartezeiten bei der Zustellung ermutigen nicht zu einem weiteren Kauf.

### 8 Aktuelles Lager

Unsere Produkte müssen immer auf Lager sein oder so schnell wie möglich nachbestellt werden. Die Logistik und die Versendung der Produkte müssen reibungslos ablaufen. Nur dann wird der Kunde zufrieden sein und uns weiterempfehlen.

Der Webshop muss adäquat mit unserem ERP-System verbunden sein und unser effizientes Lager- und Einkaufs-Management unterstützen.