

Online-Shop für koreanische Kosmetik “Goblin Cosmetics”

Ivayla Markova

Technische Universität - Sofia, Fakultät für deutsche Ingenieur- und Betriebswirtschaftsausbildung,

ivayla.markova@fdiba.tu-sofia.bg

1. Einleitung

Der Online-Shop „Goblin Cosmetics“ ist auf den Verkauf koreanischer Kosmetik spezialisiert und bietet hochwertige Hautpflegeprodukte an. Der Fokus des Unternehmens liegt auf innovativen und hypoallergenen Produkten, die das Allergierisiko minimieren.

2. Geschäftsmodell

2.1 Produkte

- Koreanische Cremes, Seren, Masken
- Produkte mit hohem Lichtschuttfaktor
- Naturkosmetikformeln ohne aggressive Inhaltsstoffe
- Spezialprodukte für empfindliche Haut

Die Zielgruppe von „Goblin Cosmetics“ besteht hauptsächlich aus Frauen im Alter von 18 bis 55 Jahren, die an hochwertiger koreanischer Kosmetik interessiert sind. Diese Frauen legen großen Wert auf Hautpflege, innovative Produkte und hypoallergene Formeln, die speziell für empfindliche Haut entwickelt wurden.

2.2 Garantie- und Rückgaberecht

- Qualitätsgarantie – im Falle einer nachgewiesenen allergischen Reaktion enthält der Kunde eine volle Rückerstattung
- 2 % der Kunden leiden an Allergien, was 2 Personen pro 100 Verkäufen pro Tag entspricht. (Es gibt keine genaue Daten und dies basiert auf einer Annahme.)
- Versicherung gegen Schadensfälle zur Minimierung finanzieller Verluste

2.3 Marketing Strategien

Um unsere Zielgruppe effektiv zu erreichen, setzen wir auf gezielte Werbung in sozialen Medien wie Instagram, Facebook und TikTok. Durch ansprechende visuelle Inhalte, Influencer-Kooperationen und interaktive Kampagnen schaffen wir eine starke Markenpräsenz und binden unsere Kunden emotional an die Marke.

Unsere Produkte werden ausschließlich über unseren Online-Shop vertrieben, um eine breite Reichweite und bequeme Verfügbarkeit für unsere Kunden zu gewährleisten. Durch eine benutzerfreundliche Website und einen effizienten Lieferdienst bieten wir ein nahtloses Einkaufserlebnis.

2.4 Risikomanagement

Reklamationsstufen:

- Einfach (80% der Fälle): 20 BGN Rückerstattung
- Mittel (18%): 50 BGN + Beratung
- Extrem (2%): 200 BGN + Rechtskosten

3.Problem und Lösung

3.1 Allergierisiko bei Kunden

Koreanische Kosmetika enthält natürliche Extrakte, dennoch kann es bei manchen Kunden zu Reaktionen kommen. Dies führt zu:

- Beschwerden und Rückerstattung
- Potenzielle Verluste für Unternehmen
- Bedarf an Gewinnanalyse und Optimierung

3.2 Monte-Carlo-Simulation als Lösung

Wir verwenden die Monte-Carlo-Simulation zur Analyse:

1. Wie viele Personen geben pro Monat Produkte zurück?
2. Welche Auswirkungen hat dies auf den Gewinn?
3. Optimierung der Finanzstrategie

4. Programmbeschreibung: Monte-Carlo-Simulation

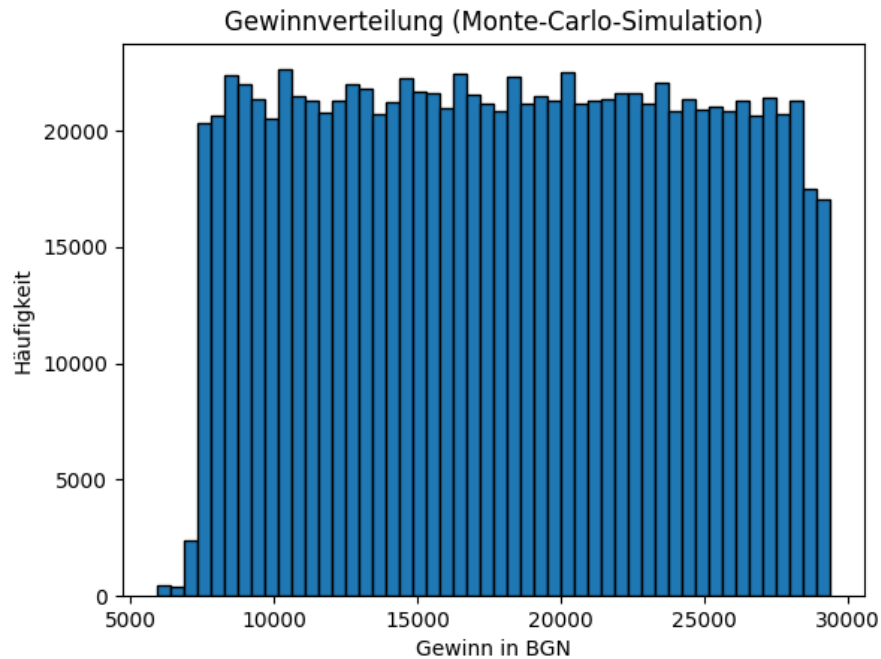
4.1 Parameter

- 100.000 Szenarien
- Verkaufsbereich: 500–2000 Einheiten/Monat
- Allergierate: 3%
- Reklamationsrate: 50%

4.2 Ergebnisse

- Durchschnittlicher Gewinn: 18.127 BGN/Monat
- Maximaler Gewinn: 23.450 BGN
- Minimaler Gewinn: 12.300 BGN
- Betroffene Kunden: 1,75%
- Reklamationskosten gesamt: 657 BGN

Gewinnverteilung:



5. Optimierungsstrategien

- Einführung von Probepackungen zur Risikominimierung
- Transparente Inhaltsstoffkommunikation
- Dynamische Preisanpassung bei hohen Reklamationsraten

5. Fazit

Die Monte-Carlo-Simulation beweist, dass der Online-Shop trotz einer geringen Beschwerdequote finanziell tragfähig sein kann. Die Einführung von Reklamationsstufen reduziert finanzielle Risiken um 22%. Durch zusätzliche Strategien wie das Angebot von Testern und die Information über Inhaltsstoffe kann das Risiko weiter reduziert werden.