



**201 MARKETING & E-COMMERCE  
TIPPS FÜR DIE FEIERTAGE**



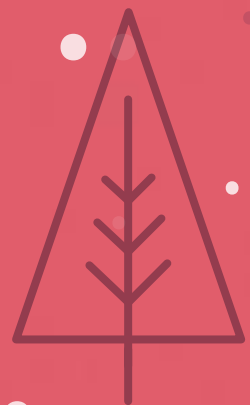
*The*



*Holiday  
Special*



**PRÄSENTIERT VON SEOSHOP**



# DIE FEIERTAGE STEHEN VOR DER TÜR. SIND SIE VORBEREITET?

SEOshop ist die führende europäische eCommerce Plattform in der Cloud. Verkaufen Sie Ihre Produkte überall in Europa und verbinden Sie Ihren Onlineshop mit den wichtigsten internationalen Vergleichsseiten und Shopping Netzwerken. Erweitern Sie Ihren Shop mit hunderten Apps und Templates, mit der Option ein maßgeschneidertes Template zu verwenden. Überzeugen Sie sich selbst - testen Sie SEOshop **14 Tage lang kostenlos!**

Mit den Feiertagen vor der Tür dachten wir, es wäre eine gute Zeit, Ihnen ein bisschen bei Ihren Marketing- und Verkaufsstrategien zu helfen. Zusammen mit unseren Freunden von Koongo, LoyaltyLion, KiyOh, Justuno, 12Return, OOSEOO, eFusion, Userlike, NB Producten, SendCloud und ROBIN haben wir eine Liste mit 201 Tipps erstellt, die Ihnen bei der Vorbereitung auf die Feiertage helfen.

Wir hoffen, dass Sie die Tipps gut finden, sie umsetzen und mit all Ihren Freunden teilen!

Frohe Feiertage!

Ihr SEOshop Team

**Teilen, veröffentlichen und nutzen Sie diesen Inhalt so viel wie möglich (= Copyright Disclaimer).**

Wir fänden es toll, wenn Sie unsere Inhalte teilen und darauf verlinken würden. Wenn Sie dies tun, nutzen Sie bitte einen "do-follow"-Link zu unserer Webseite [www.seoshop.de](http://www.seoshop.de). Um Probleme wegen doppelten Inhalten (duplicate content) bei Google zu vermeiden, empfehlen wir Ihnen, die Inhalte ein wenig zu verändern. Danke!

Wir haben die Tipps in die die folgenden Überschriften unterteilt, um das Lesen etwas einfacher zu machen.

• Unternehmensführung.....	4
• Werbeaktionen.....	5
• Social Media.....	8
• Content Marketing .....	11
• E-Mail Marketing.....	14
• PPC (Pay Per Click).....	17
• Shopping feeds.....	19
• Omni-Channel.....	20
• Mobiler Handel.....	23
• Design.....	24
• SEO.....	27
• Versand/Rücksendungen.....	30
• Warenbestand/ Lager.....	33
• Kundenservice.....	35
• Kundenbindung.....	38
• Tipps für außerhalb Ihrer Öffnungszeiten.....	41
• 11 Bonus-Tipps von unseren Partnern.....	42



1. **Bereiten Sie sich rechtzeitig auf die Feiertage vor**  
Auf diese Weise können Sie Ihren Umsatz enorm steigern. Gut vorbereitete Onlineshops nehmen während der Feiertage bis zu 30 % Ihres jährlichen Umsatzes ein.
2. **Erstellen Sie eine umfassende Planung**  
Viele Aufgaben bedürfen guter Vorbereitung und vorausschauender Planung. Eine Umfassende Planung sorgt dafür, dass Sie auch wirklich an alles denken und die einzelnen Aufgaben zeitgerecht angehen. IFTTT ist ein einfaches Tool zur Automatisierung von Aufgaben.
3. **Planen Sie landesweite Feiertage vorausschauend ein**  
Auch Ihr Personal hat an diesen Tagen frei. Stellen Sie sicher, dass Sie auf eine Unterbesetzung während der Feiertage gut vorbereitet sind. Beachten Sie, dass Ihre Kunden weiterhin einkaufen und Sie Unterstützung benötigen werden z. B. per Telefon, E-Mail oder über soziale Medien.
4. **Verwenden Sie Daten, die Sie bereits haben**  
Machen Sie sich bewusst, wie wichtig die Feiertage für Ihr Unternehmen in Bezug auf Jahresumsatz, Jahresgewinn, wiederkehrende Kunden und Neukunden sind.
5. **Nutzen Sie zeitsparende Werkzeuge**  
Zeitsparende Werkzeuge helfen bei einer effizienten Führung Ihres Onlineshops. Ihnen steht eine breite Palette an Werkzeugen zur Verfügung wie z. B. Kundenservice, Marketing via E-Mail und soziale Medien. Dies ermöglicht Ihnen, während dieser arbeitsreichen Periode mehr Zeit mit Ihrer Familie zu verbringen.



## Vorbereitung auf die Feiertage



- 6. Bestimmen Sie wichtige Leistungsfaktoren**

Bevor Sie eine Werbeaktion starten, sollten Sie zunächst Überlegungen zur Zielgruppe, zu Ihrem Budget, Ihrer Zielsetzung, Ihrer Rentabilitätsrechnung (ROI) sowie über die zu verwendenden (kostenpflichtigen) Medien anstellen. So wissen Sie ganz genau, wann eine Werbeaktion erfolgreich ist und können für zukünftige Aktionen dazulernen.
- 7. Bieten Sie höhere Rabatte für Vorbestellungen**

Dies wird Vorbestellungen und damit auch Ihren Geldfluss fördern. Alle Einnahmen vor den Feiertagen erhöhen Ihr Budget für Werbemaßnahmen vor und während der Feiertage.
- 8. Erstellen Sie einen Zeitplan**

Schreiben Sie alle Werbeaktionen, Gutscheincodes, das Gültigkeitsdatum und die relevanten Produkte auf. Damit Sie diese während eines Kundengesprächs am Telefon oder per Chat nicht vergessen, versehen Sie Ihren Arbeitsplatz mit gut sichtbaren Notizen und Gedächtnisstützen.
- 9. Erstellen Sie Tracking-Links**

Diese sind nützlich, um zu bestimmen, welche Werbemaßnahmen während der Feiertage am wirksamsten waren. Verwenden Sie beispielsweise den Google URL Builder, um derartige Links zu erstellen und mit Google Analytics die Ergebnisse zu analysieren.
- 10. Legen Sie Ihren Päckchen Flyer bei**

Erstellen Sie einen Flyer mit sämtlichen Rabatten für die Feiertage und legen Sie diese allen Bestellungen in der Zeit vor den Feiertagen bei.



## Während der Feiertage



- 11. Bieten Sie Kaufanreize mit zusätzlichen Rabatten**

Bieten Sie weitere Rabatte an, um den Einkaufsumfang Ihrer Kunden zu steigern. Geben Sie zum Beispiel 5 % Rabatt für jeden Einkauf unter 50 Euro und 10 % für Einkäufe über 50 Euro.
- 12. Schaffen Sie Dringlichkeit mit befristeten Angeboten**

Fügen Sie Vermerke wie „bis morgen um 12:00 Uhr“ und „Nur noch 10 verfügbar“ hinzu, um eine gewisse Dringlichkeit zu schaffen. So vergessen Kunden Ihr Angebot nicht sondern schlagen sofort zu ohne lange zu warten.
- 13. Vermeiden Sie, Rabatten auf alle Produkte im Shop zu geben**

Achten Sie darauf, dass immer ausreichend viele Produkte mit Originalpreis bestehen bleiben, sodass Sie die Exklusivität Ihrer Angebote steigern und Ihre Finanzen kontrollieren können.
- 14. Nutzen Sie Deal-Seiten, um mehr Aufmerksamkeit für Ihre Angebote zu bekommen**

Wenn Sie Rabatte anbieten, können Sie externe Webseiten nutzen, um mehr Aufmerksamkeit darauf zu lenken. Denken Sie dabei an Webseiten wie [sparwelt.de](https://sparwelt.de) oder [gutscheincode.de](https://gutscheincode.de).
- 15. Spenden Sie für wohltätige Zwecke**

Dies schließt auch Vereine vor Ort ein. Spenden sind eine großartige Möglichkeit, einen Namen für sich in den Medien zu schaffen und gleichzeitig wohltätigen Zwecken zu helfen. Sie können z. B. die Versandkosten oder einen Prozentsatz des Bestellwerts spenden.
- 16. Bieten Sie spezielle Angebotspakete an**

Erstellen Sie einige Angebotspakete mit z. B. 1 Bestseller + 1 anderem Produkt zu einem reduzierten Paketpreis.



17. **Werden Sie Sponsor einer Veranstaltung**  
Während der Feiertage vermehren sich die geplanten Veranstaltungen innerhalb einer kurzen Zeitspanne fast exponentiell. Nutzen Sie diese Zeit, um ein Theaterstück oder eine Veranstaltung zu unterstützen und so Ihren Namen und Ihre Marke zu vermarkten.
  
18. **Erstellen Sie ein Angebot des Tages**  
Bieten Sie Produkte, die Sie gern in großen Mengen verkaufen möchten, als Tagesangebot an, z.B. in einem virtuellen Adventskalender. Präsentieren Sie das Angebot des Tages auf Ihrer Webseite, berichten Sie darüber in Ihrem Blog und teilen Sie es über soziale Medien. Auf diese Weise erwartet Ihre Kunden jeden Tag etwas Neues.
  
19. **Starten Sie eine Verkaufsaktion in einem branchenbezogenen Medium**  
Bieten Sie eines Ihrer Produkte in limitierter Anzahl in/auf einer branchenbezogenen Zeitschrift oder Webseite kostenlos an. Im Gegenzug erhalten Sie kostenlose Werbung für Ihren Onlineshop.

## Nach den Feiertagen



20. **Leeren Sie Ihr Lager mit Hilfe von Rabatten**  
Liquidieren Sie die unverkauften Artikel, indem Sie sie zu einem reduzierten Preis auf Ihrer Webseite anbieten und so die Aufmerksamkeit Ihrer Kunden darauf lenken.



## Vorbereitung auf die Feiertage



- 21. Lassen Sie Ihre Kunden über soziale Medien für Produkte abstimmen**

Fragen Sie Ihre Kunden über soziale Medien, welche Produkte Sie während der Feiertage verkaufen sollten. Veranstalten Sie dann eine Umfrage, z. B. auf Facebook oder Twitter, und lassen Sie Ihre Kunden abstimmen, welche Produkte von Ihnen verkauft werden sollen. Bieten Sie dann das Produkt mit den meisten Stimmen in Ihrem Shop an.
- 22. Bestimmen Sie eine Zielgruppe für Social Media Werbung**

Nehmen Sie beispielsweise die Fans von produkt- oder branchenverwandten Fanseiten (nicht Ihre eigene oder in anderen Kampagnen) als Zielgruppe und bieten Sie ihnen speziellen Angebote oder Rabatte an. Lassen Sie sie wissen, welche Produkte reduziert sein werden und wiederholen Sie die Anzeigen während der Feiertage.
- 23. Erstellen Sie ein App-Tab auf Facebook**

Bieten Sie Ihren Facebook Fans ein bestimmtes Angebot an und erstellen Sie dafür eine App auf Ihrer Facebook Firmenseite. Verwenden Sie ein Werkzeug wie Woobox, um die App zu erstellen. Erstellen Sie eine App beispielsweise für Ihre Rabatte, Versandangebote, Tipps für die Feiertage und vieles mehr.
- 24. Erstellen Sie auf Pinterest eine Pinnwand für kreative Geschenke**

Verwenden Sie dafür Ihre eigenen Produkte, um so die Besucheranzahl auf Ihrer Webseite und damit auch Ihren Umsatz zu steigern.
- 25. Feiertagsdekoration Ihrer Social Media-Seiten**

Ändern Sie Ihr Titelbild und posten Sie Kommentare zum Feiertag mit direkten Links zu Ihren reduzierten Produktangeboten.





## Während der Feiertage



- 26. Bitten Sie Ihre Fans, ihre besten Geschenkideen zu teilen**  
Teilen Sie ein Bild Ihres perfekten Weihnachtsgeschenks und bitten Sie Ihre Freunde, das Selbe zu tun!
- 27. Veranstanen Sie einen Facebook Feiertagswettbewerb**  
Werbegeschenke sind eine großartige Möglichkeit, Ihren Shop zu präsentieren und Produkte zu bewerben.
- 28. Erstellen Sie ein Angebot mit dem Facebook „Angebots-Button“**  
Ideal für Last-Minute-Einkäufe vor den Feiertagen. Wählen Sie die richtige Zielgruppe und bieten Sie ihnen einen attraktiven Rabatt an.
- 29. Nutzen Sie spezielle Twitter-Hashtags für Kommentare zu den Feiertagen**  
Wünschen Sie Ihren Kunden schöne Feiertage mit einem besonderen Hashtag oder posten Sie Gutscheincodes auf Twitter und verknüpfen Sie Ihre Angebotsseite mit Hashtags wie z. B. #gutschein, #angebot und #coupon.
- 30. Erstellen Sie ein Feiertagsalbum auf Instagram**  
Teilen Sie z. B. Ihre Geschenkideen und verwenden Sie einen feiertagsbezogenen Hashtag wie #geschenkideen.
- 31. Erstellen Sie ein lustiges Feiertags-YouTube-Video mit versteckten Angeboten**  
Teilen Sie Ihren Fans mit, dass sich in Ihrem Video ein Schatz versteckt, der aktiv geteilt werden kann. Fügen Sie z. B. am Ende des Videos einen Gutscheincode ein.



- 32. Geben Sie Ihren Social Media Followern Rabatte**  
Posten Sie einen Rabattcode oder einen Link für kostenlosen Versand und bieten Sie dieses Angebot nur für einen begrenzten Zeitraum an, das steigert die Nachfrage. Spielen Sie mit den Möglichkeiten: z.B. Rabatte nur für Fans oder Rabatte, die geteilt und von jedem genutzt werden können.
- 33. Posten Sie Tutorials und How-To-Videos**  
Geben Sie branchenbezogene Tipps wie z. B. Rezepte, Dekoration oder festliche Kleidung. So werden Ihre Kunden Ihre Marke auch über die Feiertage hinaus nicht vergessen.
- 34. Verfolgen Sie Mentions**  
Wenn jemand eines Ihrer Produkte erwähnt, dann machen Sie dies bekannt. Retweeten Sie diese Mentions oder Ratschläge mit einem einmaligen Hashtag. Nützliche Programme, die dies vereinfachen sind Mention und Google Alerts.

## Nach den Feiertagen



- 35. Messen Sie Ihren Social Media Erfolg**  
Sehen Sie sich die Statistiken Ihrer Social Media-Kampagnen an: Wie viele Besucher, „Gefällt mir“-Markierungen und geteilte Posts können Sie verbuchen? Daraus lernen Sie, wie sie es eventuell im nächsten Jahr besser machen können.



## Vorbereitung auf die Feiertage



### 36. Erstellen Sie einen Content-und Medienplan

Zur guten Vorbereitung gehört die Planung der Inhalte wie z. B. Videos, Grafiken und Texte, die während den Feiertagen auf verschiedenen Marketingkanälen wie E-Mail, sozialen Medien und Blogs erscheinen sollen.

## Während der Feiertage



### 37. Erstellen Sie Listen

Erstellen Sie beispielsweise eine Liste der 10 beliebtesten Produkte während der Feiertage. Teilen Sie diese z. B. auf Ihrem Blog, in sozialen Medien oder Foren. Leute lieben Listen, da sie leicht zu lesen und sehr inspirierend sind.

### 38. Erstellen Sie Infografiken

Verwenden Sie Fakten und Zahlen, die relevant für Ihre Besucher sind. Dies ist eine schöne und unterhaltsame Art, Ihre Inhalte zu präsentieren.

### 39. Veröffentlichen Sie Interviews

Wählen Sie eine Person in Ihrer Branche aus (oder vielleicht auch den Weihnachtsmann...), die eine interessante Geschichte zu erzählen hat.

### 40. Verwenden Sie Bilder

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte.



41. **Erstellen Sie virale Inhalte**  
Schreiben Sie einen Blog über eines Ihrer meist begehrtesten Feiertagsprodukte und erwähnen Sie, dass jeder Leser, der Ihren Text über verschiedene soziale Medien teilt, einen exklusiven Rabatt auf dieses Produkt erhält.
42. **Nutzen Sie relevante Keywords**  
Halten Sie Ihre Kunden stets auf dem neuesten Stand, indem Sie über spezielle Angebote und Neuigkeiten für die Feiertage schreiben. Verwenden Sie relevante Keywords wie „Weihnachtsgeschenk“ oder „Festliches Kleid“.
43. **Mal etwas anderes**  
Schreiben Sie Ihren Inhalt doch mal in Reimform.
44. **Erzählen Sie die Feiertagsgeschichten Ihrer Angestellten**  
So werden Ihre Angestellten in den Prozess der Content-Erstellung miteinbezogen und Sie zeigen Ihren Kunden die menschliche Seite Ihres Unternehmens.
45. **Schreiben Sie nicht zu lange Texte**  
Achten Sie darauf, dass Ihre Artikel nicht zu lang werden, da sie sonst nicht gelesen werden. Fassen Sie sich kurz und schreiben Sie zwischen 500 und max. 1.000 Wörter.
46. **Geben Sie Ihre Quellen an**  
Wenn Sie Informationen von anderen Blogs oder aus Studien verwenden, geben Sie einen Link zur Quelle an. Kopieren Sie nicht die Inhalte anderer Autoren!
47. **Veröffentlichen Sie einen Artikel in einem branchenverwandten Blog**  
Schreiben Sie einen tollen Artikel zu den Feiertagen und versuchen Sie, diesen in einem branchenverwandten Blog mit Link zur eigenen Webseite zu veröffentlichen. Dadurch werden relevante Besucher auf Ihre Webseite weitergeleitet.



**48. Laden Sie einen Gast-Blogger ein**  
Bitten Sie jemanden mit einem großen Netzwerk in Ihrer Branche, einen Beitrag in Ihrem Blog zu schreiben. Der Blogger teilt seinen Beitrag dann mit seinem gesamten Netzwerk, sodass Ihre Reichweite wächst.

**49. Erstellen Sie Inhalte für neue Kundensegmente**  
Während der Feiertage blüht die Mundpropaganda. Sie können sich sicher sein, dass sogar ältere Leute und Leute, die nicht unbedingt zu Ihrer Zielgruppe gehören, über Ihren Onlineshop erfahren werden. Ihre Verwandten werden ihnen berichten, wo sie ihre Weihnachtsgeschenke gekauft haben.

## Nach den Feiertagen



**50. Werfen Sie einen Blick auf die Statistik**  
Auch für Ihren Blog ist es sinnvoll, ab und zu einen Blick auf die Statistiken. Zu werfen um festzustellen, zu welchen Tageszeiten und an welchen Wochentagen Ihr Blog am meisten besucht wird. So können Sie Ihre Aktionen entsprechend planen.



## Vorbereitung auf die Feiertage



- 51. Planen Sie Ihre E-Mails**

Beginnen Sie frühzeitig, Feiertagsangebote per E-Mail zu verschicken und steigern Sie die Anzahl der E-Mails je näher die Feiertage rücken. Aber übertreiben Sie es nicht; Sie wollen Ihre Kontakte ja nicht mit Spam bombardieren!
- 52. Ordnen Sie Ihren E-Mail-Verteiler**

Vermeiden Sie es, Kontakte zu verärgern und löschen Sie inaktive Kontakte aus Ihrem Verteiler, sodass Ihre E-Mails nicht als Spam gemeldet werden.
- 53. Verwenden Sie eine festliche E-Mail-Vorlage**

Ersetzen Sie Ihr Logo mit einer Feiertagsversion oder ändern Sie den Hintergrund der Vorlage, um Bezug zu den Feiertagen herzustellen. Einige kleine Details zum Feiertag in Ihrer follow-up E-Mail können Ihre Kontakte in Festtagsstimmung versetzen. Sorgen Sie aber dafür, dass Ihre Nachricht gut lesbar bleibt.

## Während der Feiertage



- 54. Segmentieren Sie Ihren Verteiler**

Senden Sie Ihre Feiertagsangebote für Damenartikel an Ihre weiblichen Kunden und für Herrenartikel an Ihre männlichen Kontakte. Als eCommerce Unternehmen wissen Sie viel über Ihre Kunden. Nutzen Sie diese Daten!
- 55. Vergrößern Sie Ihren Verteiler**

Damit sich Ihre Besucher in Ihren Verteiler eintragen, bieten Sie ihnen einen Gutschein an.



- 56. Testen, testen, testen**  
Teilen Sie Ihren Verteiler in verschiedene Gruppen auf und schicken Sie ihnen unterschiedliche Angebote oder ändern Sie die Farbe des Call-to-Actions. Testen Sie nur einen Unterschied auf einmal, um signifikante Ergebnisse zu bekommen. Fast jede E-Mail-Marketing-Software bietet einfache Möglichkeiten für solche A/B-Tests.
- 57. Verwenden Sie Bilder mit geringer KB-Größe**  
Senden Sie Ihren Kunden eine E-Mail mit Bildern Ihrer besten Weihnachtsprodukte. Fügen Sie aber nicht mehr als 6 Bilder hinzu und stellen Sie sicher, dass diese nicht zu groß sind. Fügen Sie ein Alt-Tag hinzu, um zu vermeiden, dass Ihre E-Mail im Spam-Ordner landet. Durch Bilder, besonders Produktbilder, verbessern Sie Ihre Klickraten.
- 58. Nutzen Sie aussagekräftige Betreffzeilen**  
Mit Wörtern wie „Weihnachten“ oder „Geschenke“ können Sie die Kunden, die auf der Suche nach Produkten speziell für die Feiertage sind, ansprechen.
- 59. Fügen Sie einen Vorschautext hinzu**  
Stärken Sie Ihre Betreffzeile, indem Sie einen Vorschautext hinzufügen. Die meisten E-Mail-Anbieter zeigen einen Vorschautext hinter oder unter der Betreffzeile.
- 60. Stärken Sie Ihren Call-to-Action**  
Fügen Sie den Call-to-Action (CTA) stets über dem Seiten-Bruch ein, sodass sie leicht zu finden sind. Betten Sie den CTA in einen Kontext ein – verwenden Sie z. B. statt eines Buttons ebenfalls einen kurzen, dringlich formulierten Satz über dem Button.
- 61. Personalisieren Sie Ihre E-Mails**  
Mit einer persönlichen Ansprache hinterlassen Sie - vor allem in dieser geschäftigen Zeit - einen guten Eindruck.



- 62. In der Kürze liegt die Würze**  
Ihre Kunden erhalten unzählige Feiertagsangebote. Gestalten Sie Ihre Nachricht daher nicht zu kompliziert, sondern so kurz und klar wie möglich. E-Mails mit einer einzelnen Nachricht und einem Ziel funktionieren am besten.
- 63. Verschicken Sie eine Weihnachts-E-Mail**  
Eine schöne Alternative für eine Postkarte.
- 64. Achten Sie auch auf leichte Lesbarkeit auf Mobilgeräten**  
50 % aller E-Mails werden über mobile Geräte geöffnet. Nutzen Sie darum responsive Vorlagen, um die Lesbarkeit zu gewährleisten.

## Nach den Feiertagen



- 65. Analysieren Sie Ihre E-Mail-Kampagnen**  
Ein guter Anfang ist es, sich einen Überblick über Öffnungs- und Klickraten zu verschaffen. Messen zu können, wie viel Umsatz Sie durch eine E-Mail-Kampagne erzielen konnten, ist noch besser, denn so erfahren Sie, welche E-Mails wirksamer sind als andere.





## Vorbereitung auf die Feiertage



- 66. Zeigen Sie vollständige Produktbeschreibungen**  
Beim Kauf des perfekten Weihnachtsgeschenkes werden meist viele verschiedene Produkte verglichen. Geben Sie Ihren Kunden keinen Grund, weiter zu suchen.
- 67. Schließen Sie irrelevante Suchbegriffe aus**  
Während der Feiertage steigt das Suchvolumen Ihrer Kampagne. Überprüfen Sie daher Ihre Kampagne und stellen Sie sicher, dass Sie keine irrelevanten Suchbegriffe (wie Marken, die Sie nicht führen) verwendet haben, sonst könnte es sehr teuer werden.
- 68. Erstellen Sie separate Kampagnen und Werbegruppen**  
So können Sie verschiedene Budgets für Ihre verschiedenen Kampagnen definieren und bestimmte Links verwenden, mit deren Hilfe potentielle Kunden Ihre Produkte leichter finden.
- 69. Verbinden Sie Werbung und Landingpage**  
Die Landing Pages, die durch Klicken auf eine Werbeanzeige erreicht werden, sollten logisch sein; stellen Sie also sicher, dass der Stil beibehalten wird. Wenn Sie zum Beispiel feiertagsbezogene Werbeanzeigen verwenden, stellen Sie sicher, dass diese Elemente auf der Landing Page wiederkehren.
- 70. Bieten Sie im letzten Banner Ihrer Retargeting-Kampagne einen höheren Rabatt an**  
Dies hilft dabei, Kunden, die noch nichts gekauft haben, doch noch zu überzeugen. Wenn jemand beispielsweise nicht auf Ihre ersten Retargeting-Banner geklickt hat, können Sie ab der sechsten Einblendung des Banners einen höheren Rabatt anbieten. Achten Sie dabei darauf, dass Sie dafür unterschiedliche Landingpages nutzen.
- 71. Fügen Sie Ihren AdWords Aktionscodes hinzu**  
Die Aktionscodes können bestimmten Kampagnen hinzugefügt werden, sodass sie ausschließlich in dieser(n) Kampagne(n) verwendet werden.



## 72. **Fokussieren Sie sich nicht nur auf Google**

Neben Google gibt es noch weitere Suchmaschinen. Zum Beispiel haben Bing und Yahoo an Popularität gewonnen, vor allem in bestimmten Ländern und in bestimmten Zielgruppen. Werben Sie ebenfalls in einer dieser Suchmaschinen.

## Während der Feiertage



## 73. **Nutzen Sie Storytelling in Ihren Retargeting-Bannern**

Wenn Sie einen Banner zeigen, der auf die Besucher Ihrer Seite ausgerichtet ist, nutzen Sie Storytelling, um sie anzusprechen. Zum Beispiel: „Heute gibt Santa 10% Rabatt auf T-Shirts. Morgen wird er Ihnen sagen, was er noch in seinem Beutel hat.“ Dies wird „sequential messaging“ genannt.

## 74. **Aktivieren Sie während der Feiertage automatisch verschiedene Anzeigen**

Dafür können Sie Automatisierungsregeln nutzen. Sie können beispielsweise in einem bestimmten Zeitraum eine Anzeige aktivieren, während im darauf folgenden Zeitraum eine andere Anzeige aktiviert wird. Sie können z.B. nach jedem Zeitraum den Rabatt erhöhen.

## Nach den Feiertagen



## 75. **Analysieren Sie Ihre Feiertagskampagnen**

Werfen Sie einen genaueren Blick auf Ihre erfolgreichsten Werbeanzeigen. Wie viele Besucher konnten sie generieren, wie hoch war die Absprungrate und wie viele Verkäufe konnten Sie erzielen? Lernen Sie ständig dazu und setzen Sie Ihr Wissen um.



## Vorbereitung auf die Feiertage



- 76. Verwenden Sie die richtigen Shopping-Feeds**  
Es gibt viele verschiedene Shopping-Feeds, und Sie sollten wissen, wo Sie Ihre Kunden erreichen können. Nicht alle dieser Shopping-Feeds sind für Sie relevant. Einige bieten kostenlose Versionen an. Testen Sie sie und warten Sie ab, was passiert.
- 77. Verknüpfen Sie Produktdaten und Google Shopping**  
Bevor Sie dies tun, berücksichtigen Sie zunächst die Größe Ihres Shops, Ihr Budget, Ihre Produktkategorie und stellen Sie eine Rentabilitätsrechnung auf. Entscheiden Sie sich dann, ob Sie Google Shopping verwenden möchten oder nicht.
- 78. Verknüpfen Sie Ihren Google Merchant Account und Google AdWords**  
Verwenden Sie dazu Product Listing Ads. Ihre Werbeanzeigen erscheinen in den Google-Suchergebnissen ganz oben und enthalten ein Bild des Produktes. Ein Klick auf das Bild leitet den Benutzer direkt weiter zu Ihrem Onlineshop. Klickt der Benutzer auf „shop for product X on Google“, wird er zu Google Shopping weitergeleitet.

## Während der Feiertage



- 79. Senden Sie die richtigen Daten**  
Die meisten Feeds benötigen eine bestimmte Art von Datenlieferung, Stellen Sie sicher, dass Sie dies ordnungsgemäß durchführen, da Ihre Produkte sonst möglicherweise nicht akzeptiert werden.

## Nach den Feiertagen



- 80. Überprüfen und kenne Sie Ihre Daten**  
Welche Produkte verkaufen sich gut und welche nicht? Entfernen Sie einige Produkte und fügen Sie einige neue zu Ihren Feeds hinzu.



## Vorbereitung auf die Feiertage



81. **Finden sie heraus, wo Sie wen erreichen können**  
Einige Ihrer Kunden reagieren besser auf Nachrichten über soziale Medien, während andere Informations-E-Mails bevorzugen. Finden Sie heraus, über welche Kanäle Sie welche Zielgruppe erreichen können.
82. **Nutzen Sie plattformübergreifendes Targeting**  
Über 50 % aller E-Mails werden auf einem Smartphone geöffnet. 70 % der Kunden tätigen ihren Einkauf im Internet über einen Desktop, Laptop oder ein iPad. Stellen Sie daher sicher, dass Sie Ihre Kunden auf den verschiedenen Plattformen erreichen, sonst besteht die Gefahr, dass Ihr Onlineshop in Vergessenheit gerät.
83. **Seien Sie einfach zu erreichen**  
Führen Sie Ihre Telefonnummer an einer sichtbaren Stelle ein und fügen Sie Ihrer mobilefreundlichen Webseite einen Filialfinder hinzu.

## Während der Feiertage



84. **Halten Sie Ihre Kommunikation konsistent**  
Stellen Sie sicher, dass Sie auf allen Kanälen ein und dieselbe Nachricht zum Feiertag verbreiten: Ihre Webseite, soziale Medien, Blogs und E-Mail.
85. **Verknüpfen Sie Ihre E-Mail-Kontakte mit Ihrer Facebook-Seite**  
Senden Sie Ihren Kunden eine E-Mail mit der Bitte, Ihre Facebook-Seite zu „ liken“ und bieten Sie ihnen als Dank einen Gutschein an.



- 86. Senden Sie SMS an Kunden**  
Wenn Sie über eine große Anzahl von mobilen Rufnummern in Ihrer Datenbank verfügen, können Sie ebenfalls eine SMS mit einem besonderen Gutscheincode versenden. Stellen Sie vorher sicher, dass Sie die Genehmigung der Kunden dafür haben.
- 87. Zeigen Sie die Schokoladenseite Ihres Unternehmens**  
Stellen Sie sicher, dass Sie das, was Ihr Unternehmen von anderen abgrenzt, vor allem während der Feiertage nach Außen tragen. Dies ist z. B. die ideale Zeit für einen großen Ausverkauf.
- 88. Führen Sie einen neuen Kanal ein**  
Feiern Sie mit der Einführung von etwas Neuem (wie einer Twitter-Seite) die Feiertage mit Ihren Kunden.
- 89. Steigern Sie Ihre Aktivitäten auf verschiedenen Kanälen**  
Die Feiertage sind ideal, um den Kontakt zu Ihren (potentiellen) Kunden zu steigern.
- 90. Stimulieren Sie den sozialen Austausch über Ihre Dankesseite**  
Bieten Sie Ihren Kunden einen Gutschein an, wenn sie ihren Einkauf mit Freunden, Familie und Fans über eines ihrer Social Media-Profile teilen. Das erhöht Ihre Reichweite in sozialen Netzwerken.
- 91. Ändern Sie Ihre Standard-Nachrichten**  
Transformieren Sie die Schaltfläche „Akzeptieren Sie Cookies?“, sodass sie an Weihnachtskekse erinnert oder fügen Sie einen Feiertagsgruß zu Ihrer Signatur hinzu.
- 92. Beziehen Sie Offline-Kanäle mit ein**  
Verteilen Sie Flyer, werben Sie im Supermarkt oder auf einer Plakatwand. Menschen, die sich in diesen Bereichen aufhalten, sind bereits auf der Suche nach Produkten; nutzen Sie die Situation aus.



93. **Eröffnen Sie einen Pop-Up Store**  
Diese temporären Ladengeschäfte sind eine großartige Möglichkeit, um Kunden zu treffen und Produkte zu präsentieren.
94. **Verbinden Sie Ihr Ladengeschäft mit Ihrem Onlineshop**  
Versehen Sie sämtliche Kaufquittungen mit einem Gutscheincode, um Kunden auf den Onlineshop aufmerksam zu machen und Verkäufe zu fördern.

## Nach den Feiertagen



95. **Bleiben Sie auf allen Vertriebskanälen aktiv**  
Sie haben eine Reihe von netten und lustigen Verkaufsaktionen über die verschiedensten Kanäle wie E-Mail, soziale Medien und Ihre Webseite geführt. Warten Sie nicht auf die nächsten Feiertage, sondern bleiben Sie weiterhin auf diesen Kanälen aktiv. Menschen verlieren schnell ihr Interesse und vergessen, dass es Sie gibt.



## Vorbereitung auf die Feiertage



96. **Machen Sie Ihre Webseite nutzbar für mobile Geräte**  
Verwenden Sie dafür ein responsives Template oder ein adaptive Design. Stellen Sie sicher, dass die 50 % Ihrer Besucher, die Smartphones und Tablets verwenden, problemlos auf Ihren Shop zugreifen können.
97. **Erstellen Sie eine App**  
Machen Sie daraus einen besonderen Anlass und bringen Sie Ihre App während der Feiertage heraus. Dadurch erhalten Ihre Kunden die beste mobile Einkaufserfahrung überhaupt.
98. **Bieten Sie mobile Zahlungsmöglichkeiten**  
Stellen Sie sicher, dass Kunden über ihr Smartphone oder Tablet schnell und problemlos bezahlen können. Es gibt Werkzeuge, die diesen Prozess vereinfachen.

## Während der Feiertage



99. **Starten Sie eine spezielle Weihnachtsaktion für mobile Geräte**  
Um den Einkauf über mobil Geräte zu fördern, können Sie spezielle Angebote nur für mobile Benutzer anbieten. Regen Sie zum Kauf über das Smartphone an. Bieten Sie z. B. während der Feiertage einen Rabatt über 15 % für Mobileinkäufe an.

## Nach den Feiertagen



100. **Optimieren Sie Ihre Seite weiterhin für mobile Geräte**  
Besuchen Sie Ihren Onlineshop mit Ihrem Smartphone und Tablet. Überprüfen Sie sämtliche Handlungsaufforderungen – sind sie gut sichtbar, wie viele Klicks sind bis zum Kauf erforderlich?



## Vorbereitung auf die Feiertage



- 101. Passen Sie Ihr Design an Ihre Zielgruppe an**  
Versuchen Sie, Ihre Feiertagsdekoration an Ihre Zielgruppe anzupassen. Ist Ihr Shop vor allem für Kinder? – Dann verwenden Sie z. B. ein Cartoon-artiges Design. Ist Ihr Shop für ein älteres Publikum bestimmt? – Dann gestalten Sie es eher elegant.
- 102. Erstellen Sie ein feiertagsbezogenes Logo**  
Erstellen Sie zur Unterstützung Ihrer Feiertagsdekoration eine spezielle Version Ihres Logos und fügen Sie es an gezielten Stellen ein.
- 103. Zeigen Sie Produktempfehlungen im Checkout**  
Sie können jederzeit problemlos den Einkaufsumfang Ihrer Kunden erhöhen, indem Sie die richtigen Produktempfehlungen an der Kasse anzeigen.
- 104. Bieten Sie Geschenkverpackung in Ihrem eigenen Design**  
Erstellen Sie Ihr eigenes Geschenkpapier passend zum entsprechenden Feiertag und bieten Sie einen Einpackservice an. Viele Kunden werden bereit sein, mehr Geld für Bequemlichkeit auszugeben. Außerdem könnte es ja sein, dass der Empfänger des Geschenks Ihren Onlineshop noch nicht kennt.
- 105. Erstellen Sie eine Post-/Geschenkkarte in Ihrem eigenen Design an**  
Legen Sie dem Versandpaket eine Karte in Ihrem eigenen Design bei, welche Ihr Logo und Ihre Farbpalette zeigt. Wenn Sie Zeit haben, schreiben Sie die Karte per Hand und fügen Sie einen Gutscheincode oder Ihre besten Wünsche hinzu. Das wird den Kunden erfreuen und die Kundenbindung steigern.





- 106. Erstellen Sie feiertagsbezogene Überschriften für Ihren Onlineshop**  
Wenn ein Kunde Ihren Onlineshop besucht, wird er als erstes die Überschriften sehen. Fügen Sie feiertagsbezogene Bilder zu Ihren Überschriften hinzu. Dies kann auch Feiertagsgrüße einschließen.
- 107. Zeigen Sie Feiertagsprodukte auf der Startseite**  
So kann jeder Besucher auf Ihrer Webseite gleich erkennen, dass Sie spezielle Feiertagsprodukte anbieten.
- 108. Zeigen Sie Ihre Unique Selling Points an sichtbaren Stellen**  
Warum sollte jemand in Ihrem Shop Geschenke einkaufen? Veröffentlichen Sie diese Verkaufsargumente an einer gut sichtbaren Stelle auf Ihrer Webseite, sodass sie gleich auffallen.
- 109. Setzen Sie den Fokus auf die wichtigen Dinge**  
Verwenden Sie dafür ein spezielles Design. Werben Sie für Ihre besonderen Angebote, indem Sie Bilder zu den Überschriften hinzufügen, heben Sie Versandzeiten farblich hervor, sodass Kunden wissen, was sie erwartet, usw. Nutzen Sie Farben, besondere Positionierung und verschiedene Seiten Ihrer Webseite.
- 110. Geben Sie Ihrem Onlineshop einen feiertagsbezogenen Hintergrund**  
Gestalten Sie diesen nicht zu kompliziert. Der Hintergrund soll ausschließlich dezent an den Feiertag erinnern, ohne den Kunden dabei abzulenken.



## Während der Feiertage



111. **Ermöglichen Sie individuell angepasste Produktdesigns**  
Bieten Sie Ihren Kunden die Möglichkeit, Produkte individuell anzupassen.
112. **Fügen Sie keine .gif-Dateien wie z. B. rieselnden Schnee hinzu**  
Es sieht vielleicht schön aus, aber es trägt zur Verlangsamung Ihres Onlineshops und der Verwirrung des Kunden bei.
113. **Ändern Sie Ihr Design nicht schwerwiegend**  
Ihre Kunden müssen weiterhin in der Lage sein, Ihr Geschäft und Ihre Marke zu erkennen.  
Ändern Sie also nicht sämtliche Farben zu rot und grün.
114. **Weniger ist mehr**  
Alle diese Tipps klingen vielleicht toll, aber bitte übertreiben Sie es nicht. Lenken Sie Ihre Kunden nicht unnötig ab. Achten Sie auf eine saubere und vor allem dezente Präsentation.

## Nach den Feiertagen



115. **Entfernen Sie die Feiertagsdekoration**  
Entfernen Sie schnellstmöglich alles, was sich auf den vergangenen Feiertag bezieht.



## Vorbereitung auf die Feiertage



- 116. Planen Sie Ihre SEO-Aktivitäten rechtzeitig**  
Viele Kunden beginnen Ihre Weihnachtseinkäufe bereits Mitte Oktober. Da das Timing entscheidend ist und SEO nicht über Nacht anschlägt, sollte SEO ein kontinuierlicher Prozess sein, der langfristig zu Nachhaltigkeit führen sollte. Planen Sie Ihre SEO-Aktivitäten früh genug, um das Weihnachtsgeschäft effizient zu steigern.
- 117. Recherchieren Sie relevante Keywords**  
Verwenden Sie dafür den Google AdWords Keyword Planner. So erkennen Sie Trends und Entwicklungen innerhalb Ihres Marktes oder Ihrer Branche rechtzeitig. Außerdem erhalten Sie Informationen über das Suchverhalten potentieller Kunden. In ähnlicher Weise können mit Google Trends Suchtrends erkannt werden.
- 118. Passen Sie Ihre Webseitenstruktur vor Weihnachten an**  
Ändern Sie die Webseitenstruktur, um die Wichtigkeit der Weihnachtsseiten hervorzuheben und aktualisieren Sie Ihre Seite mit neuen Inhalten und Schlüsselwörtern in Bezug auf Weihnachten. Verkaufen Sie spezielle Weihnachtsprodukte und fügen Sie, zum Beispiel, das Wort „Weihnachtsgeschenk“ zu den Produktbeschreibungen hinzu.
- 119. Fehlersuche**  
Verwenden Sie dafür die Google Webmaster Tools. Wenn Ihre Website nicht effektiv von Google durchsucht wird (crawling), werden Sie keine optimalen Ergebnisse erhalten.
- 120. Nennen Sie Weihnachtsaktionen in den Meta-Tags**  
Verwenden Sie Meta-Titel und Beschreibungen, damit Ihre Angebote durch die Suchmaschinen besser gefunden werden können.



- 121. Versetzen Sie sich in Ihre Kunden**  
Besuchen Sie Ihren eigenen Onlineshop von verschiedenen Geräten und Browsern aus, um „manipulierte“ Ergebnisse der Suchmaschinen zu vermeiden. Versuchen Sie, die Anzahl der Mausklicks, die ein Kunde tätigen muss, um zu Ihren Feiertagsangeboten zu gelangen, zu reduzieren. Sorgen Sie dafür, dass Sie leicht sichtbar und im Navigationsmenü schnell zu finden sind.
- 122. Erstellen Sie eine „Demnächst verfügbar“-Seite**  
Bieten Sie eine Vorschau auf das, was kommen wird, an und erwecken Sie so die Neugier Ihrer Kunden. Diese Methode ist besonders bei Early-Bird Shoppern wirksam, die bereits zwei Monate vor Weihnachten nach Geschenken suchen.
- 123. Erstellen Sie eine separate Feiertagskategorie für Ihren Onlineshop**  
Erstellen Sie Kategorien wie „Weihnachtsgeschenkideen“ oder „Besondere Weihnachtsangebote“ und fügen Sie alle Produkte hinzu, die Sie über die Feiertage bewerben. Verwenden Sie feiertagsbezogene Keywords für Ihre Feiertagskategorie und -produktseiten.
- 124. Fragen Sie nach Produktbewertungen**  
Fügen Sie Produktbewertungen auf Ihren Produktseiten ein und bemühen Sie sich, regelmäßig neue Bewertungen einzuholen. So ermöglichen Sie, dass wertvolle Datenausschnitte (Rich Snippets) in den Suchergebnissen angezeigt werden und Sie Ihre Suchmaschinenrelevanz beibehalten können.
- 125. Gewährleisten Sie eine schnelle Webseite**  
Die Geschwindigkeit Ihrer Webseite ist wichtig für Ihre SEO-Platzierung. Außerdem sind Besucher Ihrer Seite immer nur einen Klick davon entfernt, Ihre Seite zu verlassen. Wenn das Laden einer Seite zu lange dauert, ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass der Besucher seine Geschenke woanders kauft.



## 126. Erstellen Sie logische URLs

Dadurch können Suchmaschinen schnell und problemlos die wichtigsten Informationen über Ihre Webseite erfassen.

## Während der Feiertage



## 127. Werfen Sie einen Blick auf die SEO- & Marketing-Aktivitäten der Konkurrenz

Eine Analyse Ihrer Konkurrenz ist eine der besten Methoden, um die eigenen Strategien zu entwickeln und zu verbessern. So erfahren Sie, warum andere Firmen, die die gleichen Produkte verkaufen wie Sie, eine bessere Platzierung einnehmen.

## 128. Teilen Sie Links zu Ihren Produktseiten regelmäßig

Wenn Sie regelmäßig Links zu Ihren Produktseiten in sozialen Medien oder externen Blogs teilen, generieren Sie Traffic und verbessern die Platzierung Ihrer Seite(n) in Suchergebnissen.

## Nach den Feiertagen



## 129. Bewerten Sie Ihre eigenen Marketing-Kampagnen und die Ihrer Mitbewerber

Finden Sie heraus, was für das nächste Jahr verbessert werden muss. Was hat gut funktioniert und was nicht, was muss verbessert werden und was hat die Konkurrenz besser/schlechter bewältigen können?

## 130. Deaktivieren Sie die Seiten nach den Feiertagen – nicht löschen

Verwenden Sie jedes Jahr die gleichen Zielseiten, damit sie nicht wieder von vorn beginnen müssen. Stellen Sie sicher, dass Ihre feiertagsbezogenen Seiten für die Besucher Ihrer Webseite nicht länger sichtbar sind; lassen Sie aber die Verknüpfung bestehen, z. B. in einer HTML-Sitemap.



## Vorbereitung auf die Feiertage



- 131. Bieten Sie eine Versandmöglichkeit als Geschenk**  
Bieten Sie den Versand von Geschenken an Freunde und Verwandte an. Stellen Sie sicher, dass dem Geschenkpaket kein Lieferschein und keine Rechnung beigelegt wird.
- 132. Bieten Sie einen Geschenkverpackungsservice**  
So erhalten Ihre Kunden die Möglichkeit, Produkte in einem thematisch gestalteten Geschenkpapier verpacken zu lassen, wie z. B. Weihnachts- oder Silvester-Papier.
- 133. Bieten Sie schnelle Last-Minute Lieferungen an**  
Fragen Sie Ihren Versanddienstleister, ob sie schnellere Lieferungen für Last-Minute Bestellungen anbieten können. So erhalten kurzentschlossene Kunden ihre Bestellungen noch rechtzeitig. Sie können die schnelle Liefervariante zu einem Aufpreis anbieten.
- 134. Bieten Sie an, personalisierte Grußkarten beizulegen**  
Bieten Sie Ihren Kunden die Möglichkeit an, Geschenke für Freunde, Bekannte oder Familie mit einem Gedicht oder einer Weihnachtskarte zu versehen. Bieten Sie die Möglichkeit, eine eigene persönliche Nachricht hinzuzufügen.
- 135. Bieten Sie kostenlosen Versand**  
Versandkosten können ein Grund sein, ein Produkt nicht zu kaufen. Sie können sich dafür entscheiden, keine Versandkosten für Bestellungen während der Feiertage zu berechnen. Wenn der kostenlose Versand keine Möglichkeit ist, kann schon ein Rabatt auf die Versandkosten einen großen Unterschied machen.
- 136. Vereinbaren Sie frühzeitig Versandzeiten mit Ihrem Versandunternehmen**  
Einige Versandunternehmen haben während der Feiertage mit Verspätungen zu kämpfen. Definieren Sie also frühzeitig einen Zeitraum für den Versand von Bestellungen, sodass sie rechtzeitig ankommen.



### 137. Überprüfen Sie Ihre Rücknahmegarantie

Überprüfen Sie Ihre Rücknahmegarantie und nehmen Sie eventuell Änderungen vor. Stellen Sie Ihre Bedingungen für die Rücksendung von Produkten deutlich dar. Bieten Sie flexible Bedingungen an: einfach und kostenlos. Klare Informationen für die Rücksendung von Produkten sind kundenfreundlich und verhindern unnötige Unklarheiten.

## Während der Feiertage



### 138. Gewährleisten Sie rechtzeitige Liefertermine

Stellen Sie sicher, dass der Versand zügig verläuft. Versprechen Sie Ihren Kunden, dass sie ihre Bestellung an dem von ihnen gewünschten Liefertermin erhalten. Nichts ist schlimmer als ein Weihnachtsgeschenk, das erst nach Weihnachten eintrifft.

### 139. Bieten Sie die Nachverfolgung von Paketen

Bieten Sie Ihren Kunden ebenfalls an, ihre Bestellungen eigenständig und kostenlos nachzuverfolgen. So erhalten Ihre Kunden einen besseren Überblick über den Liefertermin ihrer Bestellung.

### 140. Informieren Sie Ihre Kunden über (späte) Lieferzeiten

Halten Sie Ihre Kunden stets auf dem Laufenden in Bezug auf den voraussichtlichen Liefertermin, z. B. „Bestellen Sie heute vor 14 Uhr für eine Lieferung vor Weihnachten“. Wenn die Möglichkeit besteht, dass Pakete verspätet beim Kunden ankommen, handeln Sie proaktiv und kontaktieren Sie den Kunden mit einer Alternativlösung.

### 141. Gewährleisten Sie eine sichere Lieferung Ihrer Produkte

Verpackungsmaterial ist oft das letzte, wofür sie Geld ausgeben und Ihre Energie aufwenden wollen. Es ist jedoch sehr wichtig, stabile und gute Materialien zur Verpackung Ihrer Produkte zu verwenden, um sicherzustellen, dass sie während des Versandes nicht beschädigt werden. Dies verhindert unnötige Rücksendungen und Kosten.

**142. Fügen Sie Bestellungen kleine Geschenke zu**

Es ist eine schöne Geste, Bestellungen während den Feiertagen ein kleines Extra hinzuzufügen; dies kann z. B. eine Grußkarte und/oder eine Schachtel Pralinen sein.

**143. Überprüfen Sie Bestellungen vor dem Versand sorgfältig**

Kurz vor den Feiertagen werden Sie wahrscheinlich viele Produkte versenden. Trotzdem sollte auch zu dieser Zeit auf mögliche Betrügereien geachtet werden. Prüfen Sie daher jede Bestellung, bevor Sie sie verschicken.

**144. Bieten Sie Kunden an, Bestellungen vor Ort abzuholen**

Viele Menschen geraten kurz vor den Feiertagen in Hektik. Bieten Sie Ihren Kunden die Möglichkeit, Ihre Bestellungen vor Ort abzuholen. Aktivieren Sie dafür die Möglichkeit „Abholen vor Ort“ in Ihrem Checkout. Stellen Sie sicher, dass Ihre Kunden davon erfahren, indem Sie es deutlich auf Ihrer Webseite anzeigen.

**Nach den Feiertagen****145. Seien Sie auf vermehrte Rücksendungen vorbereitet**

Wenn Sie mehr Produkte verkaufen als sonst, ist es nicht unüblich, dass auch die Rücksendungen zunehmen. Stellen Sie sicher, dass Ihr Unternehmen darauf vorbereitet ist.





## Vorbereitung auf die Feiertage



- 146. Lagern Sie Produkte in ausreichender Menge**  
Während der Feiertage verkaufen Sie mehr als üblich. Beachten Sie, dass einige Produkte beliebter sind als andere. Eine rechtzeitige genaue Aufstellung Ihrer Bestände ermöglicht eine genauere Schätzung der Produkte und der Produktanzahl, die Sie bei Ihren Lieferanten bestellen sollten. Enttäuschen Sie Ihre Kunden nicht.
- 147. Verwenden Sie eine logische Struktur in Ihrem Lager**  
Lagern Sie die beliebtesten Produkte nahe des Packbereichs, sodass sie schnell und problemlos gefunden werden können. Dadurch können Sie kostbare Zeit sparen, da keine weiteren Wege innerhalb des Lagers zurückgelegt werden müssen.
- 148. Lagern Sie ausreichend Produkte für Ihre Werbeaktionen**  
Wenn Sie eine Werbeaktion wie „Zwei zum Preis von einem“ anbieten, beachten Sie, dass Ihr Bestand doppelt so schnell erschöpft wird und dass Sie den Bestand eventuell manuell aufstocken müssen.
- 149. Aktivieren Sie eine Warnung bei niedrigem Warenbestand**  
Stellen Sie sicher, dass Sie bei niedrigem Warenbestand rechtzeitig gewarnt werden, sodass Sie schnellstmöglich neue Produkte anfordern können.
- 150. Sorgen Sie für ausreichendes Verpackungsmaterial**  
Überprüfen Sie Ihren Bestand an Verpackungsmaterialien wie Paketboxen, Etiketten und Tüten und stellen Sie sicher, dass Ihnen ausreichende Mengen zur Verfügung stehen.



## Während der Feiertage



- 151. Zeigen Sie die Verfügbarkeit Ihrer Produkte an**  
Zeigen Sie Ihren Kunden den Warenbestand sämtlicher Produkte in Ihrem Onlineshop an. Dies bietet beste Transparenz und erzeugt eine gewisse Dringlichkeit bei niedrigen Beständen.
- 152. Fertigen Sie Bestellungen in richtiger Reihenfolge ab**  
Vermeiden Sie die gleichzeitige Abfertigung mehrerer Bestellungen (pro Person). Wenn Sie mehrere Bestellungen gleichzeitig abfertigen, besteht erhöhte Gefahr, dass Inhalte vertauscht werden. Beenden Sie stets, womit Sie angefangen haben. So ist es Ihnen möglich, so viele Bestellungen wie möglich am Ende des Tages zu verschicken.
- 153. Sorgen Sie für gute Lagerorganisation**  
Die Feiertage können sehr hektisch sein, auch in Ihrem Lager. Achten Sie daher auf eine gute Organisation Ihres Lagers und trennen Sie eingehende und ausgehende Sendungen, um unnötige Fehler zu vermeiden.
- 154. Verwenden Sie einen Barcode-Scanner**  
Dies vereinfacht die Abfertigung von Bestellungen für den Versand, vor allem bei sehr vielen Bestellungen. Es gibt eine Vielzahl von Softwares, die Sie informieren, ob das gescannte Produkt das richtige ist und Ihren Bestand automatisch aktualisieren.

## Nach den Feiertagen



- 155. Analysieren Sie die Umsetzung eingegangener Bestellungen**  
Widmen Sie am Ende der Feiertage einen Tag für die Analyse Ihres Bestandes, Ihrer Kundenkontakte und Ihrer Internetmarketingstrategie, um daraus Schlüsse für das nächste Jahr ziehen zu können.



## Vorbereitung auf die Feiertage



- 156. Sorgen Sie für ausreichend Personal**  
Stellen Sie sicher, dass Sie für die Feiertage ausreichend Personal haben, um den vermehrten Verkäufen und Bestellungen entgegenzukommen. Niemand will unzufriedene Kunden!
- 157. Erstellen Sie einen Schichtplan**  
Wenn Sie einen Onlineshop mit mehreren Personen führen, erstellen Sie einen Schichtplan, um Ihren Kundendienst effizienter zu gestalten. Dadurch wird sichergestellt, dass Kundenfragen jederzeit entgegengenommen werden und Sie nicht mehr Zeit als nötig für Ihren Kundendienst aufbringen müssen.
- 158. Stellen Sie FAQ bereit**  
Veröffentlichen Sie die am häufigsten gestellten Fragen während der Feiertage auf Ihrer Webseite. Ihre Kunden können so schnell die Antworten auf viele Fragen erfahren, ohne den Kundenservice anrufen zu müssen.
- 159. Vermeiden Sie Missverständnisse**  
Seien Sie in Ihren AGB deutlich und wiederholen Sie die juristische Sprache so, dass auch Laien einfach verstehen, was Sie meinen.
- 160. Zeigen Sie auf jeder Seite Ihre Kontaktdaten an**  
Ermöglichen Sie es von jeder Seite aus, Kontakt zu Ihnen herzustellen. Der Kontakt zu Kunden ist wichtig. Da der persönliche Kundenkontakt im Internethandel aber eher selten vorkommt, versuchen Sie Kontakt zu Ihren Kunden auf anderen Wegen herzustellen.



## Während der Feiertage



- 161. Teilen Sie Ihren Kunden mit, wo sie Sie erreichen können**  
Über welchen Kanal werden Fragen am schnellsten beantwortet? z. B. via E-Mail, soziale Medien, Chat oder Telefon. Stellen Sie sicher, dass die von Ihnen verwendeten Kanäle leicht zu überwachen sind, sodass Ihre Kunden auch während der Feiertage eine schnelle Antwort erhalten.
- 162. Reagieren Sie schnell auf Fragen**  
Eine Antwort auf Kundenfragen innerhalb von 24 Stunden ist der Maßstab und wird allgemein als akzeptabel angesehen. Aber was ist, wenn Sie innerhalb von 10 Minuten antworten könnten? Zu der Zeit liegen die Produkte wahrscheinlich noch im Warenkorb. Eine schnelle Reaktion auf Fragen kann sehr vorteilhaft für Sie sein und wird Ihre Kunden sicherlich angenehm überraschen.
- 163. Priorisieren Sie Kundenfragen**  
Vor allem in dieser hektischen Zeit ist die Zeit für einen ausgiebigen Kundendienst knapp. Helfen Sie verärgerten und bereits länger wartenden Kunden zuerst, um eine Eskalation zu vermeiden.
- 164. Bieten Sie eine Live-Chat-Funktion**  
Mit einem Live-Chat können Sie den Besuchern Ihres Onlineshops schnell und vor allem auf persönliche Weise behilflich sein. Reagieren Sie auf sämtliche (kurze) Last-Minute-Fragen in Bezug auf bevorstehende Einkäufe schnell, denn so lassen sich die letzten Bedenken Ihrer Kunden aus dem Weg räumen und Sie vermeiden, dass der Kunde woanders kauft.
- 165. Konzentrieren Sie sich auf die erste Einkaufserfahrung**  
Man bekommt nie eine zweite Chance, um einen guten Eindruck zu machen. Überraschen Sie neue Kunden, zum Beispiel mit kostenlosem Versand, einem kleinen Geschenk oder mit einem speziellen Rabatt. Wenn die erste Erfahrung mit Ihrem Unternehmen für den Kunden gut oder sogar hervorragend verläuft, ist das Vertrauen in Sie geweckt, was Ihnen später im Fall von eventuellen Problemen zu Gute kommen wird.

**166. Seien Sie positiv und persönlich**

Menschen kommunizieren mit Menschen, nicht mit Unternehmen. Nennen Sie die Kontaktperson beim Namen. Verwenden Sie keine vorformulierten Sätze, sondern schreiben Sie persönliche Antworten. Zeigen Sie jedem Kunden mit einem Problem oder einer Beschwerde, dass Sie Verständnis für ihn haben und entschuldigen Sie sich.

**167. Haben Sie immer eine Lösung parat**

Egal wie die Frage Ihres Kunden lautet, versuchen Sie stets behilflich zu sein. Wenn Sie keine geeignete Lösung parat haben, bieten Sie eine Teillösung des Problems an. Wenn Sie ein bestimmtes Produkt nicht liefern können, empfehlen Sie andere Unternehmen.

**168. Denken Sie daran: Soziale Medien sind ein öffentliches Medium**

Aber es besteht kein Grund, sich davor zu fürchten. Natürlich kann jeder Besucher auch schlechte Kommentare lesen, was sowohl eine Bedrohung als auch eine Gelegenheit darstellen kann. Sie können bei Kunden punkten, indem Sie Probleme schnell und gut lösen, und das kann ebenfalls jeder lesen.

## Nach den Feiertagen

**169. Bauen Sie eine eigene Kundendienstkultur auf**

Kümmern Sie sich, seien Sie hilfsbereit und lösungsorientiert. Erstellen und bieten Sie ein tolles Einkaufserlebnis. Setzen Sie Ihren eigenen Standard für Ihren Kundenservice. Stellen Sie sicher, dass neue Mitarbeiter diese Standards sofort übernehmen.

**170. Holen Sie das Beste aus Ihrem Kundendienst heraus**

Jeder zufriedene Kunde ist ein gutes Ergebnis und kann unmittelbar zu Ihren Marketingbemühungen beitragen – positive Bewertungen, Empfehlungen und Tweets. Ruhnen Sie sich aber nicht zu früh auf Ihren Lorbeeren aus – der Fokus auf die Zufriedenstellung von Kunden und die Bereitstellung eines großartigen Einkaufserlebnisses sind die wichtigsten Aspekte für einen erfolgreichen Internethandel.



## Vorbereitung auf die Feiertage



- 171. Bieten Sie Kunden frühzeitigen Zugang zu Angeboten und Rabatten**  
So bieten Sie extra Service und Ihre Kunden werden sich besonders behandelt fühlen.
- 172. Ermöglichen Sie die Erstellung eines Kundenprofils**  
Mit dem Angebot einer Profilerstellung braucht der Kunde seine Informationen nur ein einziges Mal anzugeben. Ein Profil vereinfacht die Einkaufserfahrung in Ihrem Onlineshop.
- 173. Erstellen Sie eine Begrüßungsseite nach dem Login**  
Zeigen Sie auf dieser Seite Ihre aktuellen Feiertagsangebote und Rabatte – passen Sie diese Auswahl so gut wie möglich den vorangegangenen Einkäufen des Kunden an.
- 174. Bieten Sie Wunschlisten**  
Ermöglichen Sie Ihren Kunden, Wunschlisten zu erstellen. So erhalten Sie genaueste Informationen über die Interesse Ihrer Kunden. Indem Sie Rabatte auf bestimmte Produkte anbieten, können Sie Ihre Kunden zum Kauf verführen.
- 175. Bieten Sie ein Treueprogramm**  
Bieten Sie Ihren Kunden ein Treueprogramm an, das Ihre Kunden stets daran erinnert, dass Ihnen jeder ausgegebene Euro wertvolle Punkte einbringt. Je mehr Punkte der Kunde sammelt, desto größer ist der Rabatt, den er erhält.
- 176. Fügen Sie einen Gutschein in die Bestellbestätigung ein**  
So belohnen Sie Ihre Kunden sofort für das Einkaufen in Ihrem Onlineshop.

**177. Verwenden Sie „alte“ Cookie-Daten**

Wenn Sie beispielsweise Retargeting nutzen, erstellen Sie eine Cookie-Datenbank. Diese Datenbank können Sie dann nochmals verwenden, um Angebote zum Feiertag gezielt an bestehende Kunden zu schicken. Wählen Sie eine Zielgruppe bewusst aus und machen Sie nur relevante Angebote.

**178. Erfassen und Verwenden Sie relevante Daten**

Ein großer Vorteil im Internethandel ist, dass Sie durch Tools wie Google Analytics ein Menge über Ihre Kunden erfahren können. So wissen Sie z. B. wie oft Kunden Ihre Seite besuchen und an welchen Seiten sie interessiert sind. Nutzen Sie diese Informationen, um personalisierte Angebote anzubieten.

## Während der Feiertage

**179. Nehmen Sie Kontakt zu Kunden mit „verlassenen“ Warenkörben auf**

60-80 % aller gefüllten Einkaufswägen werden nicht zur Kasse geführt. Senden Sie diesen Kunden eine E-Mail, um sie an ihre „verlassenen“ Warenkörbe zu erinnern oder nutzen Sie Retargeting, um ihnen diese Produkte erneut anzuzeigen. So geben Sie Ihren Kunden die Möglichkeit, die ausgewählten Produkte in Bestellungen umzuwandeln.

**180. Machen Sie super-zufriedene Kunden zu Ihrem Ziel**

Zufriedene Kunden kaufen mehr und öfter ein, sie geben mehr Geld aus und empfehlen eine gute Einkaufserfahrung sogar unaufgefordert an andere weiter.

**181. Tun Sie das Unerwartete**

Erwartungen zu übertreffen, kann oftmals schon durch kleine Dinge gelingen. Verschicken Sie Bestellungen als Geschenk oder senden Sie eine Grußkarte und/oder einen Rabattgutschein mit. Lassen Sie Ihrer Kreativität freien Lauf und überraschen Sie Ihre Kunden.

**182. Erkennen Sie Ihre treuesten Kunden**

Es ist normal, dass das Personal in einem Ladengeschäft treue Stammkunden leicht wiedererkennt. Informieren Sie sich über die letzten Einkäufe und eventuellen Probleme, wenn Sie von Ihren Kunden kontaktiert werden. So können Sie diese ansprechen wie in einer persönlichen Unterhaltung.

**183. Seien Sie Vertrauenswürdig**

Halten Sie Ihre Versprechen. Auf diese Art und Weise wissen Ihre Kunden, dass Sie vertrauenswürdig sind und empfehlen Sie an andere weiter.

**Nach den Feiertagen****184. Nutzen Sie Follow-up E-Mails nach dem Einkauf**

Senden Sie auch nach einer abgeschlossenen Bestellung weiterhin E-Mails. Senden Sie Angebote passend zu den vorherigen Einkäufen, so können Sie Kunden davon überzeugen, wieder auf Ihre Webseite zurückzukehren.

**185. Setzen Sie Feedback um**

Bieten Sie Ihren Kunden die Möglichkeit, Ihnen Feedback zu geben und setzen Sie Vorschläge um. Sie können viel daraus lernen und sich verbessern, wenn Sie Ihren Kunden zuhören.



- 186. Deaktivierung Sie Ihren Verkauf kurzzeitig**  
Deaktivieren Sie den Warenkorb und ändern Sie die Slideshow Ihres Shops. Erwähnen Sie, dass es vorübergehend nicht möglich ist, Produkte zu kaufen. Entfernen Sie alle Bilder in der Slideshow, sodass diese Meldung sichtbar ist.
- 187. Weisen Sie auf längere Lieferzeiten hin**  
Ändern Sie die Slideshow zu einer Meldung, dass die Lieferung etwas länger dauern kann als üblich. Aktivieren Sie den Verkauf für eine ausgewählte Gruppe von Produkten. Diese werden auf Ihren Produktseiten angezeigt.
- 188. Fügen Sie all Ihrer Kommunikation eine Nachricht hinzu**  
Fügen Sie zu allen Nachrichten eine Zeile hinzu, die zum Beispiel wie folgt lautet: „Aufgrund der Feiertage kann der Versand Ihrer Produkte x Tage länger als üblich dauern. Wir entschuldigen uns für jegliche Unannehmlichkeiten.“
- 189. Informieren Sie Ihre Kunden über Ihren Urlaub**  
Senden Sie eine E-Mail an Ihre Kunden, um sie über Ihre Abwesenheit zu informieren. Vergessen Sie nicht Ihre Abwesenheitsnotiz zu aktivieren, sodass Ihre Kunden wissen, ab wann Sie wieder zu erreichen sind.
- 190. Informieren Sie Offline-Kunden über Ihren Onlineshop**  
Teilen Sie Ihren Kunden mit, dass sie ihre Einkäufe während Ihrer Abwesenheit Online tätigen können und dass Sie Bestellungen verschicken, sobald Sie zurück sind (so wissen diese Kunden, dass sie ihre Produkte als erstes erhalten werden).



- 191. Konzentrieren Sie sich auf bestehende Kunden und Ihre Profite werden sich erhöhen**  
„Eine 5 %-ige Steigerung der Kundenbindung kann Ihren Umsatz um bis zu 95 % erhöhen.“ – Charlie Casey von LoyaltyLion
- 192. Sprechen Sie Kunden mit tollen Grafiken an!**  
„Besonders während der Feiertage sollte Ihr Onlineshop gut aussehen. Erregen Sie besondere Aufmerksamkeit für Ihre Weihnachtsprodukte oder eine interessante Kollektion und steigern Sie so Ihre Umsätze. Verwenden Sie gestochen scharfe Bilder und einen aussagekräftigen Call-to-Action. Außerdem sollten Sie diesen Stil für zugehörige Werbeanzeigen oder Newsletter beibehalten.“ – Patrick Helmer von eFusion Group BV
- 193. Erreichen Sie mehr Umsatz durch Bewertungen**  
„Stellen Sie sicher, dass Bewertungen in Ihrem Onlineshop gut sichtbar sind. So erregen Sie Vertrauen und unterstützen den Verkaufsprozess. Bewertungen, die lange zurückliegen, werden Ihnen nicht dabei helfen, das Vertrauen zu Ihren Kunden aufzubauen. Holen Sie sich daher Bewertungen kurz vor den Feiertagen ein.“ – Lasse Bourgonje von KiyOh Ratings & Reviews
- 194. Optimieren Sie Ihre Google Shopping Ads für die Feiertage**  
„Wählen Sie eine separate Google Shopping-Kategorie für alle Ihre (speziellen) Feiertagsartikel aus. Stellen Sie dafür ein separates Budget zur Verfügung, erstellen Sie einen Werbetext (mit maximal 45 Zeichen), der die Aufmerksamkeit der Feiertageeinkäufer erregt, und passen Sie Ihre Biddings (nur für die Feiertagsangebote) an. So erreichen Sie Ihr Publikum von potentiellen Kunden und präsentieren Ihre Feiertagsangebote mit höchster Genauigkeit.“ – Mark Jansen von OOSEOO
- 195. Bewerben Sie Ihre Produkte über Vertriebskanäle und in Affiliate-Netzwerken!**  
„Viele Kunden suchen über Vergleichsportale und Produktaggregationsseiten nach bestimmten Produkten. Verschaffen Sie sich einen Vorsprung vor Ihrer Konkurrenz und nutzen Sie die Vorteile von Affiliate- und Feed-Marketing, um Ihren Umsatz um bis zu 25% zu steigern!“ – Tomas Kucera CEO von Koongo – The Feed Marketing Tool



- 196. Machen Sie Ihren Kunden diese Weihnachtssaison ein Geschenk**  
„Begrüßen Sie die Festtagsstimmung und schenken Sie etwas, das jedem eine Freude macht. Bieten Sie Rabatte und Werbegeschenke mit Bezug auf die Feiertage an, machen Sie die Besucher Ihrer Webseite zu (vorzugsweise Langzeit-) Kunden, Newsletter Abonnenten und Social Media Fans – das alles können Sie mit Justuno über Ihre Webseite steuern.“ – Erik Christiansen von Justuno
- 197. Zeigen Sie Ihre Persönlichkeit**  
„Minimieren Sie den Gebrauch von Fachsprache, wenn Sie mit Ihren Kunden und Web-Besuchern kommunizieren; präsentieren Sie Ihre persönliche Seite. Ihre persönliche Note macht Ihr Unternehmen unvergesslich.“ – Pascal van Opzeeland von Userlike Live Chat
- 198. Keine Überraschungen mit Rücksendungen: Ermöglichen Sie Ihren Kunden, eine Retoure anzumelden bevor sie sie senden**  
„Wenn Sie wissen, was zurückgegeben wird, können Sie Rücksendungen schnell und effizient bearbeiten und Rückerstattungen oder Umtausche einleiten. Die schnelle Abwicklung von Rücksendungen und Rückerstattungen spart Geld und resultiert in zufriedenen Kunden.“ – Stef de Bont von 12Return
- 199. Verwenden Sie mehrere Versandunternehmen**  
„Dies ermöglicht Ihren Kunden, Liefermethoden, -zeiten und -orte selbst zu bestimmen. Zeigen Sie verschiedene Versandoptionen an der Kasse an, einschließlich Abholadressen, Paketstationen und Abendzustellung. Das erweiterte Angebot wird sich in Profit umwandeln.“ – Rob van den Heuvel von SendCloud
- 200. Bieten Sie ein einzigartiges Einkaufserlebnis!**  
„Bieten Sie jedem Kunden ein einzigartiges Einkaufserlebnis, sodass sie Sie gern an Freunde und Familie weiterempfehlen. Überraschen Sie Ihre Kunden zum Beispiel mit Lieferung am selben Tag (d. h. wenn sie sich in Ihrer Nähe befinden, liefern Sie persönlich).“ Hjalte Niehorster von Shappz



201.

**Kundenservice im eCommerce lässt sich so zusammenfassen:**

Reduzieren Sie in jeder Etappe des Einkaufserlebnisses die Schwierigkeiten, die ein Kunde bewältigen muss. Das heißt während des Einkaufens, während der Bestellung und nach dem Einkauf. Wenn ein Problem auftritt: Lösen Sie es innerhalb einer einzigen Interaktion! - Patrick Speijers von ROBIN

Sie haben die letzte Seite dieses Whitepapers erreicht. Das bedeutet, dass Sie nun perfekt auf die Feiertage vorbereitet sind, richtig?

Wir hoffen, dass auch Ihr Onlineshop der Aufgabe gewachsen ist. Wenn Sie Zweifel haben, ob dies der Fall ist, können wir Ihnen helfen. Die meisten dieser Tipps sind auf unserer Plattform bereits umsetzbar, der Rest wird in Kürze folgen. SEOshop ist Marktführer im Bereich Cloud basierter eCommerce Software in den Benelux, hat bereits eine sehr gute Position auf dem DACH Markt und ist eine der am schnellsten wachsenden eCommerce Plattformen in Europa. Wir erstellen unsere eigene eCommerce Plattform, die bereits mehr als 8.500 Kunden in ganz Europa hat, die von unseren Standorten in Amsterdam und Frankfurt aus betreut werden. Möchten Sie wissen, warum Focus Online, Philips, das Van Gogh Museum und viele andere Händler Ihren Onlineshop auf unserer Plattform betreiben? Überzeugen Sie sich selbst und testen Sie uns 14 Tage lang – **vollkommen kostenlos**.



Diese Tipps wurden in Zusammenarbeit mit unseren Freunden erstellt:



ZICHTBAAR BETER