

Produktpräsentation soll Probleme lösen

Was ich verkaufen möchte, muss ich auch präsentieren, logisch. Bei der Umsetzung gibt es jedoch Unterschiede, wie Tag und Nacht. Käufer wollen mit Ihren Produkten vor allem: Probleme lösen und Bedürfnisse befriedigen. Kurz vor dem Urlaub fällt Familie Meier auf, dass der alte Fahrradträger ja doch nicht mehr so gut in Schuss ist.

Bei der Suche nach neueren Modellen, stoßen Sie auf dieses nette Video, in dem gezeigt wird, wie einfach bedienbar die neuen Modelle sind. Und eine Sonderaktion gibt es auch gerade – gekauft. Was Ihnen das sagen soll? Das beste Produkt und der beste Shop nützen Ihnen nichts, wenn es/er nicht gesehen wird! Das gilt im Showroom genauso wie im Online-Shop.

Was im Onlineshop wirklich zählt

- Legen Sie Ihren Kunden keine Steine in den Weg während ihres Surferlebnisses und legen Sie den Nutzen Ihrer Produkte offen
- Achten Sie auf die Benutzerfreundlichkeit des Shops
- Responsives Design ermöglicht auch mobiles Shopping
- **HEBEN SIE SICH AB!** Gestalten Sie Ihren Shop individuell, ansprechend und bewerben Sie ihn auch so!

Ihre freundliche Serviceassistentin oder der Verkaufsberater fehlen im Onlineshop. Kunden sind daher deutlich distanzierter. Umso wichtiger ist es, die Persönlichkeit, die Sie im Autohaus bieten, auch

auf Ihren Shop zu übertragen. Kleine Videos zu integrieren, ein individuelles Design und die Produkte auffällig darzubieten, werden Ihnen dabei behilflich sein.

Nicht jedes Autohaus braucht auch wirklich einen Onlineshop. Die Positionierung des Unternehmens am Markt entscheidet u.a. darüber, ob die Implementierung eines Shops auch wirklich Sinn macht. Vor der Entscheidung für einen Onlineshop sollten Sie sich die Frage stellen, ob das Marktpotenzial gegeben ist, Sie die „Manpower“ zur logistischen Umsetzung hinter dem Shop haben und inwiefern Sie ein

Alleinstellungsmerkmal im Wettbewerb einnehmen können. Auch die Emotionalität Ihrer Kunden spielt eine große Rolle für den Erfolg eines Shop-Konzeptes. Weniger emotionale Produkte wie Ersatzteile, bedürfen einer anderen Produktpräsentation als beispielsweise Hundebetten für den Kofferraum. Die richtige Online-Kampagne zur Unterstützung Ihres Shops, sollte diese Faktoren berücksichtigen!

WooCommerce germanized – das Shop-Plugin für WordPress

Mittels des WordPress-Plugins WooCommerce stellen Sie Ihre Produkte ganz einfach online, entscheiden selbst, welche Zubehörarten Sie in den Fokus stellen und wie viele Produkte Sie im Shop anbieten möchten. Dabei ist die Sortimentsgestaltung genauso wichtig, wie in Ihren Filialen. Auch hier gilt: Fokus schaffen. Bieten Sie lieber ein kleines, stimmiges Sortiment an, als einen Mix aus allem. WooCommerce verfügt zudem über eine benutzerfreundliche Oberfläche, die schnelle Ladezeiten und Sicherheit in Bezug auf Verschlüsselung und Datenschutz bietet.

JETZT ANFRAGEN!

Kathrin Kowolik
Sales Consultant und
Automobilkauffrau

 info@conversionmedia.de

 02064 / 62 599 - 300

