

Tante Emma 3.0

So wirkt magischer Content im Online-Shop

Was wünschen Sie sich beim Shoppen? Personalisiertes Einkaufen oder ein persönliches Einkaufserlebnis? Sind Sie zufrieden mit Ihrem Ranking ihrer Website/Ihres Shops und dem Besucheraufkommen oder könnte es doch ein bisschen mehr sein? Wissen Sie, wie Sie mit leckeren Appetithappen die gefräßigen Suchmaschinen ködern? Wie online-Besucher länger auf der Seite verweilen, wiederkommen und zu Käufern werden?

Von befragten 17.000 Internetnutzern zwischen 18 und 64 aus 17 Nationen erwarten 62% ein personalisiertes Einkaufserlebnis (lt. DigitasLBI-Studie April 2015). Bei 65 % sind auch ausgewiesene Empfehlungen der entscheidende Kaufimpuls. Persönlich angesprochen zu werden, regt offenbar dazu an mehr zu kaufen (als man will). Schön und gut. Das erstaunt nicht.

Aber eine fast zeitgleiche Studie von Fittkau & Maaß stellt fest, dass 41% der deutschen Online-Shopper digitale Datenauswertung mittels Einkaufs- und Klickhistorie durch ein lernfähiges digitales System zum Zwecke der Kundenbindung ablehnen und sich dem dadurch beabsichtigten „personalisierten Einkaufen“ entziehen.

Wie kauft man hierzulande online?

Die meisten Kaufentscheidungen fallen am heimischen Standgerät oder Laptop. Während in den USA bereits 44 Prozent per Smartphone online shoppen, sind es bei uns nur knapp 28 Prozent. Über Website und Social Media treffen viele eine Vorauswahl, die eigentlich vorhaben, einen stationären Shop aufzusuchen (Im Internet auffindbar zu sein ist vor diesem Hinter-

grund also eine höchst empfehlenswerte Überlegung).

Das heißt, der **stationäre Einzelhandel** profitiert von Kunden, die sich vorab online informierten, aber auch der **Online-Handel** gewinnt neue Kunden, die sich nach Besuch & Sichtung des Webauftritts den Weg in das Ladengeschäft sparen und direkt „zuschlagen“.

Vom Krämerladen zum digitalen Einkaufsparadies

In den Tante-Emma-Läden traditioneller Prägung konnte man noch unverpackte Waren in kleinen Mengen kaufen und einfache Kundenbindungsrituale – ein kleiner Schwatz, das Bonbontütchen – waren Selbstläufer. Sie hatten etwas zutiefst Persönliches, was ihren Charme begründete. Kann der moderne technikgesteuerte Online-Shop dies auch leisten? Aber ja!! Unter bestimmten Bedingungen.

Im stetig wachsenden Online Handel sind Bücher, Bekleidung, Event-Tickets, Reisen, Frischeprodukte und Luxusgüter die Spitzenreiter. Aber das World-Wide-Web kann ja ungleich viel mehr – Kulinarik, Food, Lifestyle,

Geschenke, Special-Interest, Badezimmerzubehör, Sportgerät und Sportkleidung, Antiquitäten und Luxusuhren, Schmuck, Hausrat und Möbel, Unterhaltungs- und Funktionselektronik, exotische Tiere – alles kommt per Mausklick zu uns nachhause.

Schlaue Systeme werten die Klickhistorien von Käufern und Interessenten aus und machen unaufgeforderte Kaufvorschläge aus dem Webshop-Sortiment, sobald der Interessent erneut den „Laden“ betritt. Das gibt ihm ein Gefühl von Zuwendung und stimmt ihn auf ein Einkaufserlebnis ein.



Aber – Vorsicht - nicht jeder schätzt diese Bemutterung. Mancher fühlt sich bevormundet oder belästigt. Spürt er die strategische Absicht, ist Flucht die Regel.

Die Erotik des Vorspiels beim Kaufen

Content Marketing ist die Lösung! Für Suchmaschinen und User gleichermaßen attraktiv zu sein bedeutet mehr Besucher, mehr Kunden, mehr Umsatz

Es ist klug, sich nach den Erwartungen der Suchmaschinen auszurichten, ein gutes Ranking zieht Besucher auf die Seite, aber viel zu oft ist der Besuch nur allzu kurz. Was hält sie dort länger als 5 bis 10 Sekunden? Längst gibt es ein höchst individuelles und

probates Mittel, die Besucher bei Laune zu halten. Hochwertiger, unterhaltsamer, **kreativer Content** macht aus Besuchern und Interessenten Kunden – **Bild zieht an, Text steuert**. Und zwar in die Richtung, die Ihre Besucher nehmen sollen – zu Kontakt, Bestellung, Abonnement oder Buchung, Kauf oder Reservierung. Substanzieller und emotionaler Content nimmt Kunden für Sie ein und führt sie zu positiver Reaktion = Aktion.



90 Prozent der Entscheidungen werden vom Bauchhirn getroffen und nur 10 Prozent sind vom Verstand geleitet.

Doch wie sieht die Realität aus?

Viele Webshops haben ein großartiges Angebot, beschränken sich aber in der Präsentation auf dürre Produktbeschreibungen und technische Daten. Aber was Kunden erwarten sind neben Bild und Produktinfos auch Geschichten, Downloads, Produkthintergründe, Blog, E-Mail-Marketing, Kundenbewertungen, Infografiken, ePaper und eBooks zu Themen, die zu den Geschäftsinhalten der Shops passen. Das bedeutet Wertschätzung, Begegnung auf Augenhöhe, Respekt.

Vergleichbar dem Amusegeule vor dem sechsgängigen Menü. Dem Apéritif in der Bar. Dem Glas Sekt bevor

sich in der Oper der Vorhang hebt. Oder dem dritten Date wenn ... Na ja, Sie wissen schon! ;-)

Viele Webshops glauben jedoch, sie müssten diesen Content selbst leisten und geben bei den ersten Versuchen entnervt auf. Verständlich, schließlich liegen Ihre Stärken anderswo. Aber es gibt doch Spezialisten für **Strategie, Konzept, Wort, Bild, Layout und Design**, die Ihnen diese Sorge abnehmen. Die konzipieren und schreiben, gestalten, designen, fotografieren, Themen finden und mitreißende Geschichten erzählen – emotional und informativ.



MissWord! macht aus 20-jähriger Erfahrung als Texterin, Journalistin, PR-Beraterin und in der Vernetzung mit spezialisierten Partnern aus Grafikdesign, Webdesign & SEO Ihr Content Marketing zu einer runden Sache. Budgetschonend. Termingetreu. Individuell.

Warum Sie gerade bei MissWord! andocken sollten? Ganz einfach – einmal ein intensives strategisches Vorgespräch und eine ausführliche Datenerhebung, Zielkunden- und Zieledefinition, Maßnahmenplanung und Budgetformulierung und dann läuft alles wie von selbst. Content, Bild, Gestaltung, Extras.

Professionell. Ganzheitlich. Effizient.

Was gibt's Frisches im MissWord!-Content Market?

Fairness und Augenmaß und ein gutes Händchen für Ihren Erfolg. Es war zwar schon immer etwas teurer einen guten Geschmack zu haben, aber für Sie haben wir spitz(e) kalkuliert:

- **Webtext** (Kategorie, SEO, PDF, Blog, Download) Norm-DIN A4-Seite (1600 Zeichen inkl. Leerzeichen) je nach Themenkomplexität und Umfang bereits ab 85,- €, Homepage-Startseite inkl. Teasern ab 125,- €, Presseinfo ab 215,- € pro DIN A4-Seite.
- **Webcheck – schriftliche Analyse** zu Content/Inhalten, Grafik/Design/Layout, Bild, Basis-SEO-Einschätzung mit ersten Verbesserungsvorschlägen ab 85,- €. Anrechenbar bei einem folgenden Auftragsvolumen ab 850,- € (abhängig von Komplexität und Website-Umfang)
- **PDFs, ePapers, eBooks**, blätterbar, auf dem vorhandenen Corporate Design gestaltet, ab 455,- €.
- **Landingpage, E-Mail-Marketing, Konzipierung Newsletter** oder **Blog, Prints wie Flyer, Maxi-Card, Werbemailing** nach individueller Kalkulation.

Entscheidend für Kalkulation und Gesamtpreis sind Umfang, Themen-Komplexität, Extras, Auflage, Rechteumfang, Turnus u.a. Ein Abstimmungsgang ist immer enthalten. Inhaltliche Erweiterungen, die vorab nicht bekannt waren, kosten extra. Unsere Arbeit für Sie beginnt nicht erst wenn wir den Computer anklicken. Bei uns erscheint nicht jeder Tipp oder jede einzelne Handreichung auf der Abrechnung. Doch bei einem guten Geschäft müssen sich alle Beteiligten wohl fühlen. Die beste Basis für exzellente Ergebnisse! Benennen Sie Ihr Budget – wir machen das Beste daraus.

Hier geht's zum Kontakt:



MissWord! Ihre Anlaufstelle für magnetische Webshops

F: 02641 384287 | M: 0172 3244591 | www.missword.de | jogruner@online.de