

Techniktipps



Hans-Jürgen Even,
Geschäftsführer der
TWT Interactive GmbH
in Düsseldorf
www.twt.de

Fünf Schritte zum Verkaufen mit Shoppable Videos

Die Nachfrage nach Videoinhalten im Netz steigt stark an. Warum also nicht den Betrachter unmittelbar zum Kunden machen? Das ermöglichen Shoppable Videos. Für einen erfolgreichen Verkauf müssen Online-Händler ihren Bewegtbild-Content technisch entsprechend aufbereiten und emotionale Kaufanreize schaffen:

1. Implementieren Sie Shop-Funktionalitäten im Video

Das Prinzip: Das Video ist nicht nur im Shop integriert, sondern der Shop im Video. Bieten Sie mit nur einem Klick auf die Produkte Artikelinformationen an. Mit einem weiteren Klick sollte der Betrachter das Kleidungsstück oder ein ganzes Outfit ohne Verlassen des Videos in den Warenkorb legen können. Durch das Einbinden von Shoppable Videos auf externen Plattformen vergrößern Sie die Reichweite Ihrer E-Commerce-Aktivitäten.

2. Setzen Sie auf Storytelling

Erzählen Sie eine Geschichte aus Sicht einzelner Personen und Personengruppen oder bauen Sie sogar auf Charaktere, die für verschiedene Stile, Kollektionen oder Produkte stehen. In-Video-Shopping lebt von der authentischen, emotionalen Darstellung der Produkte in einem alltäglichen oder bewusst imagebildenden Kontext.

3. Aktivieren Sie Ihre Betrachter

Unser Kaufverhalten ist primär unbewusst und emotional gesteuert. Videos bedienen das natürliche Bedürfnis nach Unterhaltung, Informationen sowie der Befriedigung von Neugier und können so Emotionen am besten transportieren und Kaufimpulse auslösen. Aktivieren Sie den Betrachter durch eine ansprechende, innovative Darstellung der Produkte und interaktive Hotspots im Video.

4. Bauen Sie auf spezielle Technologie
Reichern Sie die Videos mit Flash-Overlays für eine Menüführung und Artikelbeschreibungen an, die sich Produktinformationen automatisch aus dem eigenen Webshop ziehen. Ihr Shop-Betreiber sollte eine technische Schnittstelle anbieten, um den Online Shop an das Videoshopping-System anzubinden.

5. Verwerten Sie Ihre bestehenden Videos
Um In-Video-Shopping zu betreiben, müssen Sie nicht zwangsläufig neue Videos produzieren. Geeignete, unternehmenseigene Videos können nachträglich mit einzelnen Produktinformationen versehen werden. Kennzeichnen Sie Ihre Clips mit einem Hinweis „In diesem Video können Sie shoppen“ oder einem Warenkorbsymbol.

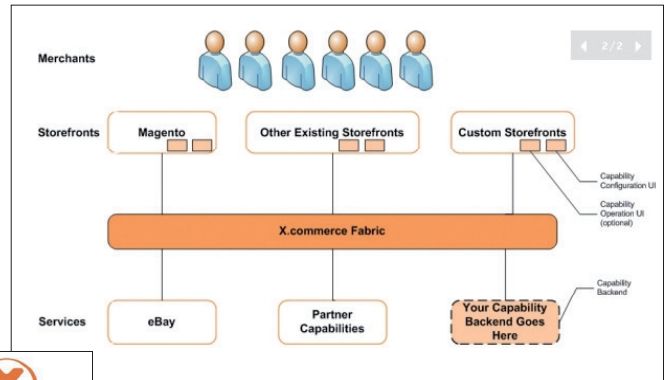
X Commerce ohne Partner

Entwickler räumen der Plattform gute Chancen ein, wenn genügend Drittanbieter mitziehen

Mitte Oktober hat eBay auf seiner Entwicklerkonferenz in San Francisco seine neue E-Commerce-Plattform X Commerce vorgestellt. Sie soll zum einen die Angebote der eBay-Tochterfirmen miteinander verknüpfen – allen voran das Open-Source-Shopsystem Magento und die Dienste von Paypal – und die Anbindung von Online Shops an den eBay-Marktplatz erleichtern. Zum anderen sollen über Schnittstellen Software-Komponenten aus den unterschiedlichsten Bereichen wie Tracking und Web-Analyse, Fulfillment und Online-Werbung angebunden werden, sodass sie Shop-Betreibern schnell und ohne großen Integrationsaufwand zur Verfügung stehen. Man habe damit „ein offenes Ecosystem geschaffen, das ein weltweit einzigartiges Gesamtpaket an Leistungen für den Handel“ biete, verspricht eBay.

Unterschiedliche Bewertungen

Doch ist dem Branchenriesen aus San José damit wirklich der große Wurf gelungen? Die Einschätzungen in der Branche gehen auseinander. Als „sehr mutigen und extrem innovativen Absatz“ bezeichnet etwa Josef Willkomm, Autor des Blogs Webshopnews.net, den Schritt. Willkomm sieht in X Commerce einen extrem flexiblen Connector, der sehr spannende Multichannel-Ansätze zulasse, und spricht sogar von einer neuen Generation E-Commerce. Auch Kerstin Clessienne,



X Commerce soll als Connector Shop-Systeme mit diversen Tools verknüpfen

als Director Digital/Strategy und Unit-Leiterin von Rally@UM bei Universal McCann in Frankfurt tätig, glaubt, dass X Commerce das Potenzial habe, die gesamte E-Commerce-Landschaft zu verändern. Die große Schnittstellenkompetenz, über die etwa lokale Suchanwendungen oder Ortungstechnologien angebunden werden könnten, biete völlig neue Möglichkeiten für Social Commerce und Mobile Commerce.

Als Magento-Konkurrent wird X Commerce nicht gesehen, ganz im Gegenteil: Magento werde eher profitieren, heißt es in der Branche. Auch Ralf Lieser, Leiter Quality Assurance bei Netz98, ist überzeugt,

dass X Commerce für Magento-Shops sehr gute Multichannel-Ansätze biete.

Ohne Drittanbieter nur eine Insel

Allerdings weisen viele darauf hin, dass bislang nur Dienste aus dem eBay-Konzern mit der Plattform verknüpft seien. Das zeige, wie schwach eBay im klassischen E-Commerce-Markt aufgestellt sei, meint der E-Commerce-Berater Jochen Krusch. Wenn die anderen großen Shopsystem-Anbieter nicht mitziehen, werde X Commerce eben keine Universallösung, sondern bleibe eine Inselösung für das eBay-Umfeld. An der Anbindung maßgeblicher Partner wird sich X Commerce messen lassen müssen. cf

1blu: Domains für Profis

Attraktive Preise und großes Domain-Portfolio für Business-Kunden

Der Hosting-Anbieter 1blu („1blu“, „Evanzo“) weitet sein Portfolio aus: Mit der 1blu Business GmbH positionieren sich die Berliner auch im Geschäftskundenmarkt. Das neue Unternehmen wird vom ehemaligen HTTP.net-Geschäftsführer Ingmar Wopp geleitet und richtet sich an Domain-Händler, Reseller und Geschäftskunden wie etwa Agenturen. Ein besonderer Fokus liegt auf der Domain-Registrierung und -Verwaltung. 1blu Business kann nach eigenen Angaben weltweit über 500 verschiedene Top-Level-Domains (gTLDs und ccTLDs), darunter auch exotische Endungen, direkt registrie-



Ingmar Wopp sucht
Business-Kunden

ren. Kunden greifen dazu auf einen automatisierten Verwaltungsbereich zu, der weitgehend in Echtzeit arbeitet. Außerdem stehen zahlreiche Schnittstellen für die Administrierung des Domain-Bestands zur Verfügung. Daneben legt Wopp Wert auf individuelle Betreuung und verspricht: Sollte eine gewünschte Domain nicht im Portfolio enthalten sein, wird sie besorgt. Maßgeschneidert sollen aber auch die Hosting-Lösungen sein, die sich an Kunden richten, die mit komplexen Anforderungen konfrontiert sind, aber die Bereitstellung von Technik nicht als Kern ihres Geschäfts begreifen. dg

Bewertungen von zwei Seiten

Complete Review Solution heißt ein neues Tool für Produktbewertungen in Online Shops, das Alatest vorgestellt hat. Die Lösung verbindet Verbrauchermeinungen mit Rezensionen von Experten, etwa in Fachzeitschriften. Dafür greift das schwedische Unternehmen auf die Daten von weltweit zehn Millionen Testberichten aus 1.700 Quellen zurück. Diese werden zusätzlich über einen eigenen Algorithmus analysiert und im Ala-Score auf einen Blick dargestellt. Die Bewertungen können auf Websites und in mobilen Anwendungen eingesetzt und mit Social-Media-Kanälen wie Facebook und Twitter verknüpft werden. Eine „Review Collect“-Funktion soll Endkunden dazu ermuntern, ihrerseits Produktbewertungen abzugeben. cf

Anzeige

Täglich topaktuell
informiert

Jeden Tag ab 12:30 Uhr:
Der Newsletter der
INTERNET WORLD Business
hält Sie auf dem Laufenden.

www.internetworld.de/newsletter.html

BAZAARVOICE

Kundeneinstellungen messen

Die neue Lösung „Customer Intelligence“ von Bazaarvoice erfasst Produktinformationen, die Kunden untereinander im Web austauschen, und verknüpft sie mit den Produkten. Neben Meinungen und Einstellungen lassen sich so auch Produktbefürworter und -kritiker erkennen. cf

E-SPIRIT

Sharepoint-Modul entwickeln

Gemeinsam mit dem IT-Dienstleister Sharepoint arbeitet der CMS-Hersteller E-Spirit an einem Tool zur nahtlosen Integration seines CMS Firstspirit in Microsoft Sharepoint 2010. So soll vor allem die Verwaltung von Multisite-Auftritten und mehrsprachigen Web-Projekten erleichtert werden. cf

WIRECARD

Kreditkarten per Webcam scannen

Wirecard hat seine Payment Page um die Jumo-Lösung Netswipe erweitert. Mit dem Tool können Nutzer ihre Kreditkartendaten über eine Webcam einlesen, anstatt sie einzutippen. Neben einem besseren Schutz vor Kartenbetrug soll die Lösung helfen, die Konversionsrate zu verbessern. cf