



## **PRESSEMITTEILUNG**

**Internet World Messe veröffentlicht Tipps für höhere Online-Weihnachtsumsätze:**

### **Last-Minute-Tipps für Web-Weihnachten**

München, 18. November 2013 – Auf rund 8,5 Milliarden Euro schätzt der Handelsverband HDE die Online-Umsätze im diesjährigen Weihnachtsgeschäft. Während der klassische Handel lediglich ein mageres Umsatzplus von 1,2 Prozent erwartet, wollen die Online-Verkäufer in diesem Jahr 15 Prozent mehr Umsatz erzielen als 2012. Damit werden fast acht von 100 Euro Weihnachtsumsatz via Internet erzielt.

Trotz des gigantischen Umsatzpotenzials gaben in einer aktuellen Befragung des Händlerbundes rund ein Viertel der Umfrageteilnehmer an, für das Weihnachtsgeschäft keinen speziellen Marketing-Plan in petto zu haben. Stattdessen sollen die Verbraucher mit denselben Strategien angesprochen werden wie im restlichen Jahr.

Für alle, die in Sachen Weihnachtmarketing doch noch aktiv werden wollen, hat die E-Commerce-Messe Internet World sieben Tipps zusammengestellt, mit denen Webhändler auch in allerletzter Minute noch mehr aus ihrem Web-Weihnachtsgeschäft machen können.

#### **1. Heben Sie Ihren E-Mail-Adressen-Schatz**

Entwickeln Sie einen Kommunikationsplan, wie Sie Ihren E-Mail-Verteiler nutzen können, um Traffic im Webshop zu generieren. Setzen Sie aber nicht nur auf Rabattaktionen und schieres Produktmarketing, denn das macht Ihre Konkurrenz auch. Überlegen Sie stattdessen, wie Sie durch E-Mail-Newsletter echten Mehrwert für die Empfänger liefern und sie im Vorweihnachtsstress entlasten können. Mit Überschriften wie „Ungewöhnliche Geschenkideen für die Schwiegermutter“, „Gelungene Geschenkverpackungen für Tollpatschige“ oder „Zehn Tipps für ein stressfreies Weihnachten mit der ganzen Familie“ optimieren Sie die Öffnungsraten Ihrer Mailings – und können ihren Kunden dann noch gezielte Geschenkeempfehlungen geben.

## **2. Schmücken Sie Ihre Startseite**

Nehmen Sie Kunden, die bei ihrer Geschenkesuche auf Ihren Shop stoßen, gleich von Anfang an an die Hand. Analysieren Sie einmal wöchentlich Ihre Topseller und präsentieren Sie – dekoriert mit ein paar Weihnachtsmännern oder Tannenbäumen – eine Hitliste nach dem Motto: „Die beliebtesten Geschenke der letzten Woche“ oder „Die Aufsteiger des Jahres“. Auch schön: „Was Sie schon immer schenken wollten, aber sich bislang noch nicht getraut haben“. Dafür braucht man keinen aufwändig programmierten Geschenkefinder. Ein bisschen Last-Minute-Kreativität genügt auch.

## **3. Verführen Sie zum Mehrkauf**

Überlegen Sie sich kleine Give-Aways, die Kunden dazu motivieren könnten, auf ihre Bestellung noch eins draufzulegen. Das kann ein Beutel mit künstlichem Schnee sein – oder gar ein echter Weihnachtsbaum. Oder bieten Sie Null-Prozent-Finanzierung, um Nutzer mit leeren Geldbeuteln für sich zu begeistern.

## **4. Wecken Sie Emotionen auf Facebook**

Für Last-Minute-Maßnahmen sind Social Networks wie Facebook oder Twitter prädestiniert. Warum präsentieren Sie nicht jeden Tag einen besonderen Geschenketipp aus Ihrem Sortiment, den es nicht an jeder Ecke zu kaufen gibt. Laden Sie das Produkt emotional auf, indem sie dazu eine besondere Geschichte erzählen. Und liefern Sie Ihren Facebook-Fans ein paar Anhaltspunkte, für wen ein solches Produkt ein tolles Geschenk sein könnte. Oder gestalten Sie Wunschzettel mit Produktvorschlägen, die Ihre Facebook-Fans ausdrucken und mit Botschaften wie „Liebes Christkind, wenn du mal wieder nicht weißt, was ich mir zu Weihnachten wünsche...“ im Zahnputzbecher ihres Lebenspartners verstecken können. Twitter ist das eher rationalere Medium. Hier funktionieren One-Day-One-Deal-Kampagnen noch immer gut, um Traffic in den Shop zu schaufeln.

## **5. Verzichten Sie auf Versandkosten**

Gratisversand gilt als wichtigste Maßnahme, um Konversionsraten im Shop zu steigern und das Bestellvolumen anzukurbeln. Oder bieten Sie besondere Logistikservices: Kunden können heute schon bestellen, um sich einen bestimmten Preis zu sichern, können sich die Geschenke aber erst kurz vor Weihnachten liefern lassen, um sie nicht wochenlang unter dem Bett verstecken zu müssen.

## **6. Erweitern Sie Ihr Rückgaberecht**

Informieren Sie Ihre Kunden an prominenter Stelle darüber, dass die Rückgabe der gekauften Produkte nach Weihnachten problemlos möglich ist. Und gewähren Sie eine Retourenfrist bis mindestens zum 6. Januar 2014.

## **7. Gutscheine nicht vergessen**

Gutscheine zählen jedes Jahr zu den beliebtesten aller Weihnachtsgeschenke. Verschenken Sie diese Chance auf Umsatz nicht – und setzen Sie einen Ihrer besten Designer daran, eine möglichst hübsche und originelle Karte dafür zu kreieren. So sieht auch ein Gutschein noch nach „mit Liebe geschenkt“ aus.

## **Links**

<http://www.internetworld-messe.de>

<http://www.facebook.com/InternetWorldMesse>

<http://twitter.com/iwkongress>

## **Über die Internet World**

Bereits seit 1997 ist die Internet World Messe die Veranstaltung für Internet-Professionals und Treffpunkt für Entscheider auf Anbieter- und Anwenderseite. Im Jahr 2014 öffnet die E-Commerce Messe Internet World vom 25.-26. Februar auf dem Münchener Messegelände bereits zum 18. Mal ihre Tore. Die Themenschwerpunkte der Messe sind E-Commerce, Multichannel, Online Marketing, Social Media, Mobile, E-Payment, Usability und Technik des Internets. Die Messe wird begleitet von einem hochkarätigen Kongress, der unter dem Motto „Die Zukunft des E-Commerce“ steht. Veranstalter der Internet World ist die gleichnamige Fachzeitschrift INTERNET WORLD Business.

### **Pressekontakt**

#### **Vera Vaubel**

Tel.: +49 (89) 98103987

Fax: +49 (89) 98103988

E-mail: [medienberatung@vaubel.de](mailto:medienberatung@vaubel.de)

Vaubel Medienberatung GmbH

Gumpfenbergstr. 6, 81679 München

<http://www.vaubel.de>

### **Unternehmenskontakt**

#### **Regina Reitzer**

Tel.: +49 (89) 74117-128

Fax: +49 (89) 74117-448

E-mail: [regina.reitzer@nmg.de](mailto:regina.reitzer@nmg.de)

Neue Mediengesellschaft Ulm mbH

Bayerstraße 16 a, 80335 München

<http://www.nmg.de>