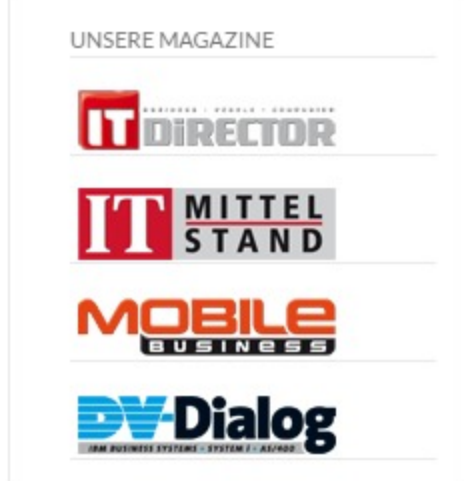


- THEMEN
- BUSINESS SOFTWARE
 - IT-INFRASTRUKTUR
 - IT-ORGANISATION
 - IT-MARKT
 - MOBILE
 - LIFESTYLE
 - TRENDS
 - TERMINE



- SPECIALS
- BLACKBERRY - SOFTWARE IS THE NEW BLACKBERRY
 - EQUINIX - IT-INFRASTRUKTUR DER ZUKUNFT

- NEWS-TICKER
- +++ 21.03.2017 | 09:32 Japan und Deutschland vereinbaren Digital-Kooperation
 - +++ 21.03.2017 | 09:03 EU: Frist für Verbraucherschutz bei Facebook und Co
 - +++ 21.03.2017 | 08:45 Darum geht es beim Kampf der Google-Schwester gegen Uber
 - +++ 21.03.2017 | 08:06 Googles Assistant: Einspieler für Kinofilm
 - +++ 21.03.2017 | 07:47 Nintendo verdoppelt Produktion von Switch-Konsole
- >>> ALLE NEWS

Aktuelle Ausgabe

Transportssysteme
Autonome Lastwagen bald ohne Fahrer?

Virtual Reality
VR mit allen Sinnen erleben

Mobile Commerce
Social-Media-Angriff: Buy Buttons statt Online-Shops

17.03.2017 NEUE AUSPRÄGUNGEN DES E-COMMERCE

Die Entwicklung von Social Commerce und Buy Buttons

Von: **Kathrin Zieblo**

Was genau sich hinter dem Begriff „Social Commerce“ verbirgt und welche Vor- und Nachteile sich dadurch für Online-Händler sowie die Konsumenten ergeben, berichtet Oliver Kling, Digital-Evangelist und Blogger bei dot.Source, im Interview.



„Zurzeit sind Buy-Buttons noch Insellösungen. Die technische Integration und organisatorische Umsetzung ist daher noch aufwändig“, so Oliver Kling.

Herr Kling, wie lassen sich die Begriffe „Social Commerce“, „Social Shopping“ und „Contextual Commerce“ abgrenzen?

Oliver Kling: Wir sehen keinen Unterschied zwischen „Social Commerce“ und „Social Shopping“. Beide Varianten ergänzen das Einkaufserlebnis um die soziale Komponente des Vertrauens, Produktbewertungen, -empfehlungen usw. durch Testimonials oder tatsächliche „Freunde“.

Contextual Commerce: Die Überall-Kauffunktion. Im Vordergrund stehen Aktivitäten wie „Buy Buttons“ überall dorthin zu bringen, wo der Kunde ist. In Apps, Streams, Netzwerken und auch im Laden.

Welche Bedeutung haben diese modernen Formen des E-Commerce derzeit in Deutschland? Kling: Kunden und Produktbewertungen erhöhen die Conversion, wie wir auch in unserer gemeinsamen Erfolgsfaktorenstudie mit dem ECC Köln zeigen. Vertrauen ist ein wertvolles Gut, auch im deutschsprachigen E-Commerce. Insbesondere in Content-starken Branchen wie Fashion spielen Themen wie „Buyable Pins“ und „shoppable User-Generated-Content“ eine große Rolle. Zusätzlich startet Ikea zurzeit einen Test mit Beacons im Laden, um Kunden gezielt ansprechen und beraten zu können.

Soziale Medien waren ursprünglich als reiner Austausch- und Kommunikationskanal gedacht, nun entwickeln sich diese zunehmend zu Verkaufsplattformen. Wie bewerten Sie diesen Wandel? Kling: Zum Austausch gehört nicht nur Kommunikation, sondern eben auch der Austausch von Waren. Die Entwicklung der sozialen Medien zur ergänzenden Handelsplattform ist nur konsequent. Für Händler ist die Datenmenge der sozialen Medien insbesondere aus Marketingsicht (Stichwort Targeting) sehr wertvoll.

Einige Plattformen haben die sogenannten „Buy Buttons“ eingeführt – Twitter hat diesen nach kurzer Zeit allerdings auch wieder abgeschafft. Welches Potential hat dieses Verkaufskonzept grundsätzlich und hierzulande? Kling: Die Verkürzung und Vereinfachung des Kaufprozesses beobachten wir in allen Online-Shops. Wenn sich der Kunde entschieden hat, erwartet er einen schnellen Kaufabschluss. Das erfüllen Buy-Buttons, Pauschal kann man Buy-Buttons dennoch nicht bewerten. Investitionsintensive Güter wird man kaum „mal eben“ kaufen. Außerdem fehlen im Button Infos zu Lieferzeit und Retoure, was Kunden für gewöhnlich aber wissen wollen.

Sind Ihnen derartige Angebote im deutschsprachigen Raum bekannt? Kling: Amazon Dash ist wohl der bekannteste Buy-Button im deutschsprachigen Raum.



Welche Auswirkungen hat die integrierte Kauffunktion auf Web- und Onlineshops? Kling: Das lässt sich nicht pauschal sagen. Integrierte Kauffunktionen erfordern eine exzellente Integration aller Marketing- und Vertriebskanäle. Daher ist von sinnvoller Ergänzung über Wirkungslosigkeit bis hin zum händlerischen Desaster alles möglich.

Inwiefern findet eine Vermischung mit „Social Media Marketing“ statt? Kling: Handel in den Streams sozialer Netzwerke erfordert Social Media Marketing. Bestenfalls ändert sich nur die call-to-action zielgenauer Marketingkampagnen von „besuche unseren Shop“ zu „jetzt kaufen“, wobei letzteres eine tatsächliche Transaktion zur Folge hätte.

Wie gelingt die technische Integration der Buy Buttons? Kling: Zurzeit sind Buy-Buttons noch Insellösungen. Die technische Integration und organisatorische Umsetzung ist daher noch aufwändig.



Als hierzulande die Amazon Dash Buttons eingeführt wurden, warnten Verbraucherschützer und Juristen vor der Nutzung – unter anderem aufgrund fehlender Preistransparenz. Könnte den Buy Buttons ein ähnliches Schicksal drohen? Kling: Das hängt von der Gestaltung der Buttons ab. Die Kritikpunkte von Juristen und Verbraucherschützern lassen sich durch gutes UI-Design beheben. Das ist bei einem physischen Artikel nicht der Fall.

Welche Entwicklungen werden sich im laufenden Jahr 2017 im Bereich des Mobile-Shopping-Erlebnisses noch ergeben? Kling: Wir sehen den hohen Videokonsum sowie Virtual- und insbesondere Augmented-Reality als wichtigste Mobile-Shopping-Trends. Das bedeutet zum einen – ähnlich der Buyable-Pins – Produkte aus Videos direkt zu kaufen. Virtual- und Augmented-Reality sind insbesondere als Content-Marketing- (Lifestyle-Commerce) und Konfigurationstool (z.B. Küchenplanung oder passende Accessoires zum Outfit) sehr spannend.



Zurück

Ähnliche Nachrichten

SOCIAL MEDIA GOES SHOPPING
SETZT SICH SOCIAL COMMERCE DURCH?
Social-Media-Angriff: Buy Buttons statt Online-Shops
Soziale Netzwerke entwickeln sich zunehmend zu Verkaufsplattformen. Facebook, Pinterest & Co...
[weiterlesen](#)

IT-DIRECTOR BECOME EUROPE-STUDIE ERMITTELT
Kein Marketing-Budget für Social Commerce
Einer Studie der Become Europe GmbH zur Folge geben fast 90 Prozent der Händler bislang höchstens 10...
[weiterlesen](#)

Teilen

[+1](#) [teilen](#) [tweet](#) [teilen](#) [teilen](#)

Kategorie
E-Commerce / Marketing

- Aktuelle News zum Thema**
- IT-DIALOG RICHTIGE VORAUSSETZUNGEN FÜR WEBSHOP-GRÜNDUNG SCHAFFEN**
Shop-Software zur Miete stößt an Grenzen
[weiterlesen](#)
 - IT-DIALOG NEUE VERSION DES MEDIENPORTALS VERFÜGBAR**
Celum Portals 2.0
[weiterlesen](#)
 - IT-DIALOG SCHLANKE ALTERNATIVE ZU HTTP-WEBSERVERN WIE WEBSPPHERE**
Nginx Plus Release 12
[weiterlesen](#)

Web-Special BlackBerry

DIE WELTWEIT SICHERSTEN ENTERPRISE-MOBILITY-LÖSUNGEN

Um über sichere mobile Kommunikation hinaus Lösungen anzubieten, hat BlackBerry sein Hardware-Portfolio um eine EMM-Suite ergänzt. [>>> weiterlesen](#)

Anzeige

Web-Special EQUINIX

Vernetzung ist der Schlüssel für die digitalen Geschäftsmodelle der Zukunft. Diese Vernetzung erfolgt im modernen Rechenzentrum.
[>>> weiterlesen](#)

Print-Special

MOBILE BUSINESS
FLEXIBLE ARBEITSWELTEN
Mit einer ganzen Reihe an Innovationen und neuen Produkten dieses Monats, übernehmen den Weg zum Arbeitsplatz der Zukunft.
[weiterlesen](#)

Ansichtsexemplar

Fordern Sie jetzt Ihr Ansichtsexemplar eines unserer Magazine an.

Einfach hier klicken, das Formular ausfüllen und abschieben. Wir senden Ihnen kostenfrei das aktuelle Heft per Post zu.

Print-Specials

Hier finden Sie alle Heftbeilagen, die im MEDIENHAUS Verlag erschienen sind!

Newsletter

WORLD OF TECHNOLOGY
Die kostenlosen **NEWSLETTER** hier anfordern:

IT-DIRECTOR **MOBILE BUSINESS** **IT-DIALOG** **DV-Dialog**

MEDIENHAUS Stellenmarkt

TOP-JOBS AUF MOBILE BUSINESS
Mobile App Developer

Powered by StepStone

Anzeige