

## Die Fünf spannendsten E-Commerce Themen 2017



## Die Fünf spannendsten E-Commerce Themen 2017

Der Start in 2017 ist vollbracht – Zeit, um sich den Themen für die kommenden zwölf Monate zu widmen. Einige davon sind nicht neu, sie setzen sich aus den Vorjahren fort. Andere wiederum könnten zu echten Trendsettern werden.

### Inhalt

1. **Mobile**
2. **Chat Bots statt FAQ**
3. **Weniger Paid Media**
4. **Mehr Personalisierung**
5. **K.I. und Machine Learning**
6. **Fazit**

### 1. Mobile

Schon wieder? War das nicht 2016 schon Trend Nummer eins? Und 2015? Ja! Trotzdem ist mobile nach wie vor der wichtigste Punkt im E-Commerce. Warum? Weil noch immer **72 % aller KMU in Deutschland ohne mobile Seite** sind. Suchmaschinen bestrafen das mit einem schlechteren Ranking und mobile Besucher drehen meist sofort wieder ab. Das fand 2016 die [Seibold-Studie](#) heraus. Aktuell bieten nur 28 % der Webseiten eine mobile Version an. Damit ist und bleibt Mobile ready der große Trend – auch 2017. Und vermutlich auch 2018.

### 2. Chat Bots statt FAQ

Chatbots werden 2017 ihren Siegeszug weiter fortführen. Dabei handelt es sich um kleine Programme, die einen Chatpartner suggerieren – in Wahrheit kommuniziert man jedoch nicht mit einem Menschen. Mitte 2016 gab es beispielsweise auf Facebook bereits [30.000 Chatbots](#). Oft sind es dieselben Fragen, die (potenzielle) Kunden haben. Chatbots entlasten an dieser Stelle und übernehmen einfache Anfragen – Supportteams können sich um die wirklich wichtigen Anliegen kümmern. Viele Unternehmen haben zwar FAQ - beachtet werden diese aber nur selten. Die Folge: Supportteams werden mit den immer gleichen Fragen konfrontiert. Mittlerweile können Bots auch Bestellungen und Zahlungen bearbeiten.

### Crowd Guru GmbH

Schlesische Straße 26, 10997 Berlin

[kontakt@crowdguru.de](mailto:kontakt@crowdguru.de)

Tel.: +49 30 319870880

### Über Crowd Guru

Crowd Guru bearbeitet schnell und kostengünstig große Mengen von Daten und Inhalten für Unternehmen, indem Projekte und Prozesse gemäß dem Prinzip Crowdsourcing in viele kleine Einzelaufgaben zerlegt werden. Diese werden durch qualifizierte Experten (Gurus) auf der eigenen Plattform bearbeitet. Nach umfassender Qualitätsprüfung erhalten die Kunden von Crowd Guru ihre Daten zur sofortigen Nutzung zurück, wobei ihnen von der Beauftragung bis zur Lieferung der Ergebnisse ein persönlicher Ansprechpartner zur Seite steht. Dadurch ermöglicht das Unternehmen seinen Kunden ohne eigenen Aufwand die Vorteile von Crowdsourcing zu nutzen und umfangreiche Projekte transparent und in kürzester Zeit zu realisieren. Crowd Guru ist ein Berliner Unternehmen und bereits seit 2008 im Bereich Crowdsourcing tätig. Die Dienstleistungen von Crowd Guru reichen von Daten-verarbeitung und Vertriebs-datenrecherche über Adress- bzw. Informations-recherche bis hin zu Produktbeschreibungen und Transkriptionen.

Angebot anfordern

Dies ist insbesondere für Plattformen wie Facebook ein evolutionärer Schritt, da der gesamte Prozess nun im Messenger erfolgt und der Kunde nicht auf eine externe Seite umgeleitet werden muss.

Dass Bots noch lange kein allumfassendes Assistenzsystem sind, fand [t3n.de](#) schon letztes Jahr heraus – trotzdem wird uns das Thema zukünftig mehr und mehr begleiten, bieten Bots doch ungeheure Möglichkeiten in nahezu allen Servicebereichen.

Bei der Weiterentwicklung kommt Crowdsourcing eine große Rolle zu: Zum einen können Chatbots bzw. [der dahinterstehende Algorithmus, trainiert werden](#), zum anderen können unbeantwortbare Fragen von Crowdworkern bearbeitet werden. Letzteres geschieht nahtlos und für den Verbraucher unmerklich.

### **3. Weniger Paid-Media**

Waren es in den vergangenen Jahren insbesondere die großen sozialen Netzwerke wie Facebook, Twitter, Instagram oder Pinterest über die vorhandene Kunden angesprochen wurden, werden diese mehr und mehr zu reinen paid Channels, d.h. nur diejenigen, die für die Verbreitung des Contents zahlen, generieren noch Clicks in nennenswertem Maße.

2017 wird daher mehr auf bereits vorhandene Daten gesetzt. Den Wert der eigenen Daten erkennen, interpretieren und effektiv nutzen ist eine der Herausforderungen. Voraussetzungen sind neben [gut strukturierten und vollständigen Datensätzen](#) eine technische Infrastruktur (CRM) und natürlich eine Strategie: Welchen Kundenstamm spreche ich wann, wo und mit welchen Maßnahmen (Newsletter, Social Media, WhatsApp) an?

### **4. Mehr Personalisierung**

Auch diesen Trend kennen wir bereits.

Es reicht nicht mehr aus, einfach nur eine Onlinewerbeanzeige zu schalten; potenzielle Kunden müssen auf mehr Kanälen geworben und gehalten werden. Eine zunehmende logistische Herausforderung für alle Seiten, bei der so stark wie nie auf Hilfsprogramme gesetzt wird. Neben Chatbots sind daher Social Media Clients wie [Hootsuite](#), Reader wie [Feedly](#) und Teammanagementtools wie [Trello](#) immer noch hoch im Kurs.

### **5. K.I. und Machine Learning**

Das künstliche Intelligenzen und Machine Learning von Jahr zu Jahr relevanter werden, war vorhersehbar. Langsam beginnt die Technik aber auch für kleine und mittlere Unternehmen erschwinglich zu werden – mehr und mehr Tech-Startups gründen sich in diesem Bereich. Es ist nicht länger Exklusivthema multinationaler Konzerne mit großem Budget.

Anwendungsmöglichkeiten und detaillierte Szenarien gibt es zuhauf. Für den E-Commerce ist unter anderem die Webseitenoptimierung besonders spannend: Lange ein Feld des *try & error*, ist der [evolutionäre Algorithmus](#) eine spannende Entwicklung. Vereinfacht gesagt [füttert man den Algorithmus mit Grundideen](#), Fotos, Layouts etc. – selbstständig testet er dann diverse Konfigurationen und wählt die erfolgversprechendsten aus. Das geschieht live, unter Einbeziehung des tatsächlichen Nutzerverhaltens.

Ein anderes Beispiel ist das Picture Shopping. Man sieht beispielsweise eine Tasche, weiß aber weder Hersteller noch Bezeichnung. Per App fotografiert findet die K.I. Tasche, Name und Hersteller, liefert verschiedene Links zu Shops. Quasi eine erweiterte und intelligente Rückwärtsbildersuche mit Shopanbindung.

Ähnlich wie bei der Chatbot-Konfiguration ist auch hier [Crowdsourcing](#) von großer Hilfe.

## **6. Fazit**

Einige Trends sind uns nicht neu – mobil optimierte Webseiten beispielsweise begleiten uns schon seit Jahren. Die Konzentration auf bereits vorhandene Daten ist ein spannender Trend, besteht hier doch deutliches Einsparpotenzial. Die Trends machen deutlich, dass in vielen Punkten noch deutlich Luft nach oben ist.