

### Erfolgreiche Online-Shops mit Concept F. Nützel und LivingLogic

**Nur wer bei seiner Shopping-Tour im Internet wirklich zufrieden war, kauft wieder. Zufrieden, das bedeutet für den Kunden benutzerfreundliche Web-Shops mit ansprechendem Design, bequemer Abwicklung und schneller Lieferung. Und nur wenn der Shop im Internet überhaupt gefunden wird, hat der Betreiber die Möglichkeit seine Qualitäten unter Beweis zu stellen.**

Die Kooperation der Bayreuther Unternehmen Concept F. Nützel Marketing & Design und LivingLogic New Media Solutions macht unter Berücksichtigung dieser Parameter Online-Shops in kurzer Zeit im Internet erfolgreich.

#### Drei Betreiber, drei Branchen

Die ersten drei Shop-Betreiber, die von der Kooperation profitieren, kommen aus drei verschiedenen Branchen. Der Shop [www.hals-ueber-krusekopf.de](http://www.hals-ueber-krusekopf.de) bietet Lifestyle-Accessoires und Geschenkartikel. Unter [www.fair-square.de](http://www.fair-square.de) findet der User unter anderem Marken-Produkte von Lego, Gardena, Seltmann Porzellan, Leonardo oder Fissler.

Bei [www.bettenbasar.de](http://www.bettenbasar.de) steht alles rund um den gesunden Schlaf zum Verkauf, wie Kissen und Bettdecken für jede Lebenssituation. Gemeinsam ist allen dreien, dass jeweils mittelständische Unternehmen dahinter stehen, die sich durch die Concept/LivingLogic-Kooperation schnell am eCommerce-Markt etablieren können.

#### Bei Google hervorragend platziert

Aus der Feder von Concept stammt das gewohnt professionelle und hochwertige Design der drei Shops mit klaren Farbkonzepten und zeitgemäßen Gestaltungselementen. Perfekt wird der Auftritt durch die

Software von LivingLogic. Mit „LivingShop“, einem LivingLogic-Produkt für den Mittelstand, landete der Lifestyle-Shop [hals-ueber-krusekopf.de](http://hals-ueber-krusekopf.de) innerhalb von nur zwei Wochen auf Seite Eins bei der Suchmaschine Google. Der Shop verzeichnet in der Folge im Schnitt 1500 bis 2000 Besucher pro Monat von Google. Insgesamt besuchen im Schnitt mehr als 5000 Surfer pro Monat den Shop. In der Vorweihnachtszeit haben fast 7 % der von Google kommenden Besucher einen Kauf getätigt – ein hervorragender Wert. Nur wer bei den populären Suchmaschinen wie Google oder Yahoo schnell gefunden wird, erreicht seine Zielgruppe.

#### Kundenwünsche optimal erfüllen

Gefunden heißt aber noch lange nicht gekauft. Erst beim Besuch des Online-Shops entscheidet sich, ob der User zum Kunden wird. Entscheidend sind für ihn eine gute technische und inhaltliche Performance, das bedeutet eine ansprechende und nachvollziehbare Navigation, ein verständlicher Bestellvorgang und eine risikolose Rückgabemöglichkeit. Gegenüber der Zeitersparnis und der Unabhängigkeit von Öffnungszeiten spielt ein niedriger Preis eine untergeordnete Rolle, belegen Nutzeranalysen. Fühlt sich der Kunde in seinen Grundbedürfnissen optimal betreut, honoriert er dies mit einem Treuebonus und kauft häufiger.



**Der Shop [www.hals-ueber-krusekopf.de](http://www.hals-ueber-krusekopf.de) bietet ein Einkaufserlebnis der besonderen Art.**

#### Online-Shopping als Wachstumsmarkt

Der Markt für den Einkauf im Netz wächst weiter. Die Prognosen für einen Anstieg der Online-Geschäfte sind positiv. Ergebnisse aktueller Studien wie „eCommerce 2004“ der Postbank zeigen, dass über die Hälfte der befragten Händler von einem steigenden Umsatz in 2005 ausgeht.

Die Zusammenarbeit von Concept und LivingLogic liefert mittelständischen Unternehmen eine effiziente Lösung, die sich konsequent an den Nutzerbedürfnissen orientiert. Online-Shops mittelständischer Anbieter, die auf das Concept/LivingLogic-System setzen, haben beste Voraussetzungen am Wachstumsmarkt zu partizipieren.



**LIVING LOGIC**  
NEW MEDIA SOLUTIONS

**Volltreffer für Ihr Marketing**  
Google-optimierte Webshops von LivingLogic

shop google optimiert

Suche

Telefon: 0921/50 72 079 0 • <http://www.livinglogic.de>