

E-COMMERCE STRATEGIE UND ZIELSETZUNG

Monetarisierung

0

Monetarisierung
Einführung



1

Monetarisierung Klassischer Verkauf

Monetarisierung

Klassischer Verkauf

- **Direkter Verkauf:** Beinhaltet den einmaligen Verkauf von Waren oder Dienstleistungen. Der Kunde zahlt einen festgelegten Preis, um das Eigentum oder das Nutzungsrecht des Produktes oder der Dienstleistung zu erwerben
- **Transaktionsbasiert:** Jede Transaktion ist in der Regel ein isolierter Kaufakt, wobei der Schwerpunkt auf dem sofortigen Verkauf liegt

Monetarisierung

Klassischer Verkauf - Anwendungsbereiche

01

Ist sehr typisch für die meisten E-Commerce Webshops, die physische Produkte wie Klamotten, Werkzeug, etc. verkaufen.

Physische Produkte

02

Digitale Produkte werden auch oft mit einer einmaligen Transaktion verkauft. Das könnten dann z.B. E-Books, Lizenzen oder Videokurse aber auch Software sein, wobei letztes mittlerweile eher auf Abos basiert.

Digitale Produkte

03

Dienstleistungen wie eine Beratungen, Softwareentwicklungen, etc. werden auch oft mit Einmalzahlungen abgewickelt.

Dienstleistungen

Monetarisierung

Klassischer Verkauf - Vor- und Nachteile

	Pros		Cons
Sofortige Einnahmengenerierung sorgt für schnellen Cashflow	✓	✗	Oft bleibt es bei einer einmaligen Kundenbeziehung
Kunden sind eher bereit einmalige Transaktionen durchzuführen	✓	✗	Abhängig von einzelnen Umsätzen führt zu unvorhersehbarkeit
Keine langfristige Verpflichtung spricht eine größere Vielfalt der Kunden an	✓	✗	Starke Notwendigkeit neue Kunden zu generieren

2

Monetarisierung
Subscription / Abo

Monetarisierung

Subscription / Abo

- **Wiederkehrende Zahlungen:** Kunden abonnieren Produkte oder Dienstleistungen und zahlen regelmäßig, meist monatlich oder jährlich
- **Langfristige Kundenbeziehung:** Der Fokus liegt auf dem Aufbau einer langfristigen Kundenbindung durch kontinuierliche Lieferung von Wert

Monetarisierung

Subscription / Abo - Anwendungsbereiche

01

Wird hier seltener verwendet, es gibt allerdings gerne mal Abos für z.B. Spielzeuge, Lebensmittel oder Bücher. Monatliche Zahlungen um Autos oder Maschinen zu verwenden wird auch oft angeboten.

Physische Produkte

02

Insbesondere Softwares werden gerne in Abo Modellen angeboten (SaaS). Videokurse werden auch immer häufiger im Abo angeboten.

Digitale Produkte

03

Auch bei Dienstleistungen ist ein Abo-Modell beliebt, z.B. digitale Learning-Plattformen, Beratungen bzw. ein Beirat oder Software-support.

Dienstleistungen

Monetarisierung

Subscription / Abo - Vor- und Nachteile

Pros

Stabile und vorhersehbare Einnahmen durch wiederkehrende Zahlungen



Fördert eine langfristige Kundenbeziehung und Loyalität



Bestehende Kunden sind leichter zu halten als neue zu gewinnen



Cons



Kundengewinnung ist schwieriger, da Abos eine langfristige Verpflichtung sind



Du musst stetig hohen Wert liefern um die Abonnenten zu behalten

3

Monetarisierung Rahmenaufträge

Monetarisierung

Rahmenaufträge

- **Langfristige Verträge:** Rahmenaufträge sind vertragliche Vereinbarungen zwischen einem Unternehmen und einem Kunden für regelmäßige Lieferungen von Produkten oder Dienstleistungen über einen festgelegten Zeitraum
- **Gesicherte Abnahme:** Sie garantieren eine bestimmte Menge an Produkten oder Dienstleistungen, die innerhalb des vereinbarten Zeitraums geliefert und abgenommen werden

Monetarisierung

Rahmenaufträge - Anwendungsbereiche

01

Besonders vertreten bei physischen Produkten. Beispielsweise wenn eine große Menge an Industriebaustoffen verwendet werden soll.

Physische Produkte

02

Wird eher selten für digitale Produkte verwendet. Denkbar wäre aber die kontinuierliche Bereitstellung von Software-updates oder Zugang zu digitalen Ressourcen.

Digitale Produkte

03

Auch seltener für Dienstleistungen verwendet, könnten aber beispielsweise wiederkehrende Dienstleistungen wie IT-Support oder Wartungsarbeiten umfassen.

Dienstleistungen

Monetarisierung

Rahmenaufträge - Vor- und Nachteile

	Pros		Cons
Stetiger Umsatzfluss durch gesicherte Bestellungen	✓	✗	Eingeschränkte Flexibilität in Bezug auf Änderungen im Markt
Vermindertes Risiko durch feste Abnahmevereinbarungen	✓	✗	Risiko der Abhängigkeit von einer begrenzten Anzahl von Großkunden
Optimierung der Ressourcenplanung und -verwaltung	✓	✗	Potenzielle Komplikationen bei Nichterfüllung der Vertragsbedingungen

4

Monetarisierung Affiliates

Monetarisierung Affiliates

- **Ergänzende Affiliate-Angebote:** Als Shop-Betreiber fügst du Affiliate-Links zu Produkten oder Dienstleistungen hinzu, die von Dritten angeboten werden und die zu deinem eigenen Sortiment passen
- **Provisionsbasierte Einnahmen:** Für jeden Verkauf, der über diese Affiliate-Links generiert wird, erhältst du eine Provision

Monetarisierung

Affiliates - Anwendungsbereiche

01

Affiliate Links werden oft für den Vertrieb von physischen Produkten verwendet. Du könntest in deinem Rasierer Online-Shop z.B. passende After-Shave Cremes von anderen Marken verkaufen.

Physische Produkte

02

Affiliate Links sind für den Vertrieb von digitalen Produkten sehr beliebt. Oftmals werden komplementäre Videokurse oder E-Books zu den Produkten im Online-Shop verkauft.

Digitale Produkte

03

Dienstleistungen von Dritten über Affiliate Links zu verkaufen kann sich als schwierig herausstellen. Kunden möchten ihren Dienstleister meistens erst kennen lernen.

Dienstleistungen

Monetarisierung

Affiliates - Vor- und Nachteile

Pros

Neue Einkommensmöglichkeit ohne zusätzliche Produkte selbst zu lagern



Bietet Kunden zusätzlichen Nutzen und Zugang zu ergänzenden Produkten



In der Regel einfach zu implementieren und zu verwalten



Cons



Risiko, dass schlechte Affiliate-Produkte das Image deines Shops beeinträchtigen



Geringere Kontrolle über die Preisgestaltung, Verfügbarkeit und Präsentation



Die Weiterleitung zu externen Seiten kann Kunden abschrecken

5

Monetarisierung Aufgaben