

E-COMMERCE STRATEGIE UND ZIELSETZUNG

Ziele und Prioritäten

0

Ziele und Prioritäten

Einführung



1

Ziele und Prioritäten Grundlagen

Ziele im E-Commerce sind **unerlässlich**, um sicherzustellen, dass das Projekt effektiv und effizient verwaltet wird, und um den langfristigen Erfolg des Unternehmens zu unterstützen.

Ziele und Prioritäten

Grundlagen



Umsatzsteigerung

Die E-Commerce Plattform soll dabei helfen, dass mehr Umsatz erwirtschaftet wird z.B. durch Neukundenakquise & Bestandskunden.



Kostenreduktion

Mit Hilfe der E-Commerce Plattform sollen Prozesskosten eingespart bzw. reduziert werden. Effizienzsteigerung im Vordergrund.



Zufriedenheit

Steigerung der Zufriedenheit der Bestandskunden bzw. deren Loyalität. Generierung von glücklicheren Kunden.



Sonstiges

Weitere Zielsetzungen wie z.B. die Schaffung eines moderneren Images bzw. die technische Neuaufstellung der Systeme.

1

Ziele und Prioritäten

Dimension: Umsatzsteigerung

Ziele und Prioritäten

Dimension: Umsatzsteigerung

- Ansprache neuer Kundengruppen
- Gastbestellungen
- Zusätzliche Produkte / Services
- Erweiterung der Kanäle
- Kaufentscheidungsunterstützung
- Skalierung des Vertriebs
- Marketing Automation
- ...

2

Ziele und Prioritäten

Dimension: Kostenreduktion

Ziele und Prioritäten

Dimension: Kostenreduktion

- Automatisierte Bestellannahme
- Digitaler Belegfluss
- Self-Service Kundenportal
- Kundenonboarding
- Ablösung bestehender Kanäle
- Support
- Schnittstellen / Integration
- ...

3

Ziele und Prioritäten

Dimension: Zufriedenheit

Ziele und Prioritäten

Dimension: Zufriedenheit

- 24/7 Zugriff
- Unternehmenszugriff
- Intelligente Empfehlungen
- FAQs & Inhalte
- Messung und Auswertung
- ...

4

Ziele und Prioritäten

Dimension: Sonstiges

Ziele und Prioritäten

Dimension: Sonstiges

- State of the Art Technologie
- Image
- ...

5

Ziele und Prioritäten SMART Methode

Ziele und Prioritäten

SMART Methode

- Ist eine Methode, mit der sich gesetzte Ziele auf ihre klare und konkrete Formulierung hin überprüfen lassen
- Das Konzept geht auf den Managementforscher und Unternehmensberater Peter Drucker (1909–2005) zurück
- Die Forderungen an eine gute Zielvereinbarung bauen auf abgesicherten Ergebnissen der Zielsetzungstheorie von Locke und Latham aus dem Jahr 1990 auf
- In Anlehnung an John Withmore (1994) spricht man auch von der SMART-PUTE-CLEAR Formel

Ziele und Prioritäten

SMART Methode



Specific

Alternativen:
Significant, Stretching,
Simple

Deutsch: Spezifisch

Measurable

Alternativen: Meaningful,
Motivational,
Manageable

Deutsch: Messbar

Achievable

Alternativen: Accepted,
Actionable, Appropriate,
Attractive

Deutsch: Ausführbar
oder auch attraktiv

Reasonable

Alternativen: Relevant,
Realistic, Resources,
Resonant

Deutsch: Realistisch

Time-bound

Alternativen: Timed,
Time-specific,
Trackable

Deutsch: Terminiert

6

Ziele und Prioritäten

SMART Methode - S: Spezifisch

Ziele und Prioritäten

SMART Methode - S: Spezifisch

- Ziele sind spezifisch, wenn sie eindeutig formuliert sind
- Alle Details sollten unmissverständlich und konkret in einem Satz zusammengefasst werden
- Die Ziele sollen ja speziell auf dein Projekt / Vorhaben ausgerichtet sein und nicht nur vage Formulierungen enthalten
- Das Redaktionsteam schreibt **wissenschaftliche Artikel** für die **Webseite**

7

Ziele und Prioritäten

SMART Methode - M: Messbar

Ziele und Prioritäten

SMART Methode - M: Messbar

- Im künftigen Rückblick soll sich die Erreichung der Ziele bewerten lassen
- Dazu werden oft quantitative und / oder qualitative Kriterien formuliert
- Es muss so festgelegt sein, dass sich die Zielerreichung objektiv beurteilen lässt
- Das Redaktionsteam schreibt **50** wissenschaftliche Artikel für die Webseite

8

Ziele und Prioritäten

SMART Methode - A: Ausführbar
bzw. Attraktiv

Ziele und Prioritäten

SMART Methode - A: Ausführbar bzw. Attraktiv

- Die Ziele müssen für alle Beteiligten attraktiv und akzeptabel sein
- Es wird immer positiv und mit aktiven Verben formuliert
- Das, was mit dem Ziel erreicht wird, soll für alle eine positive Erfahrung sein
- Ein Interesse an den Themen macht das Ziel attraktiv und motiviert das Team
- Das Redaktionsteam schreibt 50 wissenschaftliche Artikel für die Webseite **zu Ernährungsthemen, die Menschen helfen, sich gesund zu ernähren**

9

Ziele und Prioritäten

SMART Methode - R: Realistisch

Ziele und Prioritäten

SMART Methode - R: Realistisch

- Ein Ziel muss sich realistisch erreichen lassen, damit alle auch motiviert sind, daran mitzuarbeiten
- Um ein größeres Ziel zu erreichen, lassen sich vorab realistische kleinere Ziele formulieren
- Andererseits sollen Ziele auch eine Herausforderung sein
- Hier gilt es auch, Ressourcen und Kompetenzen richtig einzuschätzen
- Das Redaktionsteam, **bestehend aus 10 Mitarbeitenden**, schreibt 50 wissenschaftliche Artikel für die Webseite zu Ernährungsthemen, die Menschen helfen, sich gesund zu ernähren

10

Ziele und Prioritäten

SMART Methode - T: Terminiert

Ziele und Prioritäten

SMART Methode - T: Terminiert

- Ziele lassen sich kontrollieren, wenn ein Zeitpunkt für ihre Erreichung vereinbart wird
- Bei Formulierung des Ziels wird ein konkreter Zeitpunkt
- Dieser gibt an, wann genau das Ziel erreicht sein soll
- Das Redaktionsteam für die Webseite zu Ernährungsthemen, bestehend aus 10 Mitarbeitenden, schreibt 50 wissenschaftliche Artikel. Das sind **5 Artikel pro Teammitglied im Monat**

11

Ziele und Prioritäten Beispiele

Geschäftsziele

Im 1. Quartal mindestens drei unterschiedliche Arten von umfassenden Marketingmaterialien (z. B. E-Book, Webinare, Videos, Verkaufsbroschüren) pro Monat produzieren.

01

Ziele und Prioritäten

SMART Methode - Beispiele: Geschäftsziele

- Spezifisch: Umfassende Marketingmaterialien
- Messbar: Drei unterschiedliche Arten
- Ausführbar und Realistisch: Abhängig von der Anzahl der Teammitglieder, wir gehen davon aus, dass es reicht um 3 Marketingmaterialien im Monat zu produzieren
- Terminiert: Pro Monat im 1. Quartal

Teamziele

Das Produktteam soll in der ersten Hälfte des Geschäftsjahres 2022 an fünf funktionsübergreifenden Projekten im Bereich Usability-Tests, Kundenumfragen, Kundenmarketing oder Forschung und Entwicklung arbeiten.

Ziele und Prioritäten

SMART Methode - Beispiele: Teamziele

- Spezifisch: Projekte im Bereich Usability-Tests, Kundenumfragen, Kundenmarketing oder Forschung und Entwicklung
- Messbar: Fünf funktionsübergreifende Projekte
- Ausführbar: Fünf Projekte in sechs Monaten
- Realistisch: Das Projekt umfasst das gesamte Produktteam
- Terminiert: In der ersten Hälfte des Geschäftsjahres 2022

03

Im Jahr 2024 werde ich Mentorings leiten, um meine Führungsfähigkeiten weiterentwickeln. Dabei möchte ich mindestens zwei Mentees entweder aus den Mitarbeiter-Ressourcengruppen unseres Unternehmens oder aus meinem Alumni-Netzwerk betreuen.

Berufliche Ziele

Ziele und Prioritäten

SMART Methode - Beispiele: Berufliche Ziele

- Spezifisch: Führungsfähigkeiten mit Hilfe von Mentorings weiterentwickeln
- Messbar: Mindestens zwei Mentees
- Ausführbar & Realistisch: Die Person hat mindestens zwei Optionen, Mentees zu finden
- Terminiert: Im Jahr 2024

12

Ziele und Prioritäten
Aufgaben