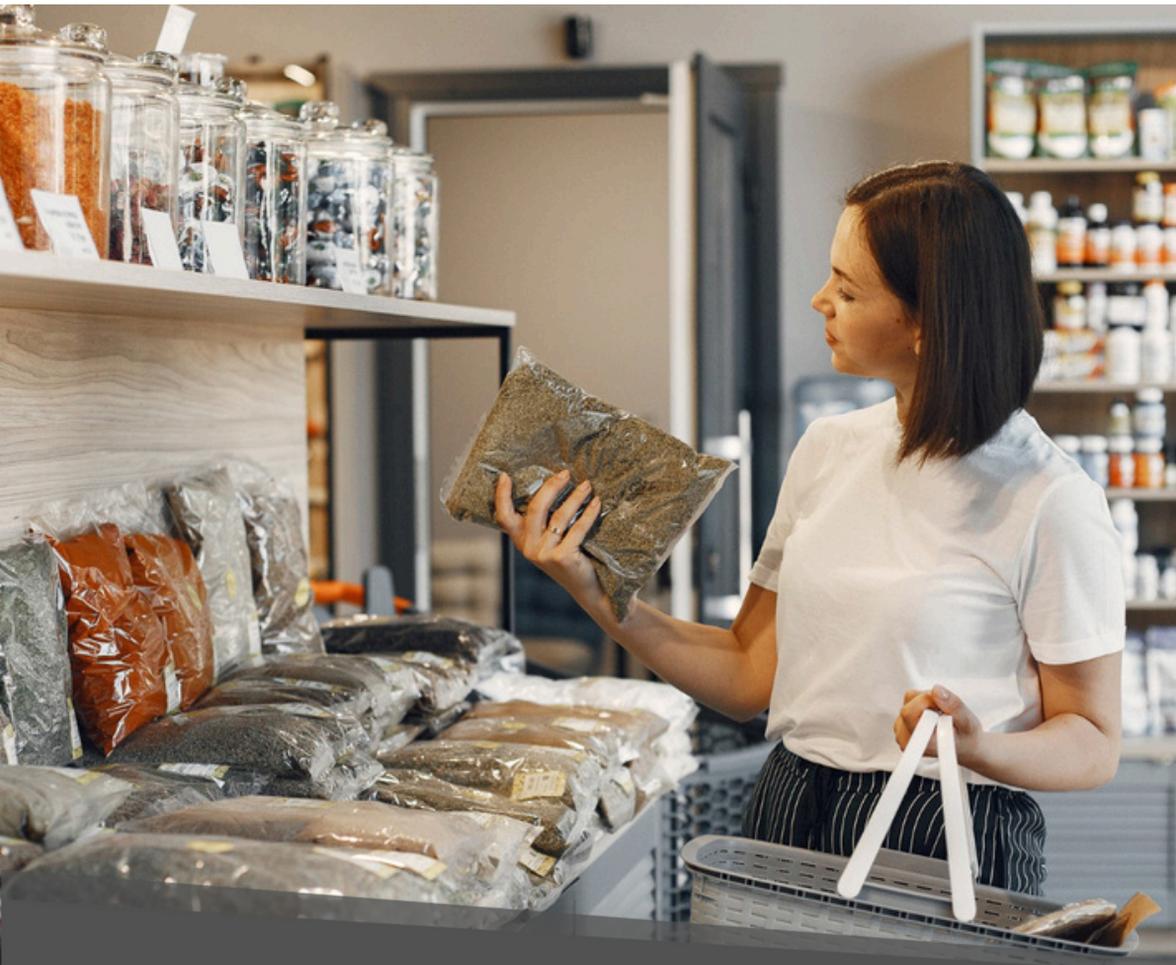


# Whitepaper

Ist Ihr Onlineshop für den Ansturm an Black Friday bereit?



MOSEVEN

# Inhalt

|  |    |
|--|----|
| 1. Einführung .....  | 3  |
| 2. Checkliste: Professionelle Vorbereitung auf den Ansturm .....   | 4  |
| 3. Black Friday: Rückblick und Analyse .....   | 7  |
| 4. Black Friday Ready: Leitfaden zur Optimierung von Performance und Geschwindigkeit von Onlineshops ... | 8  |
| 5. Projektplan für den Relaunch eines Onlineshops .....  | 9  |
| 6. Der Gamechanger: Shoppable Links .....  | 12 |

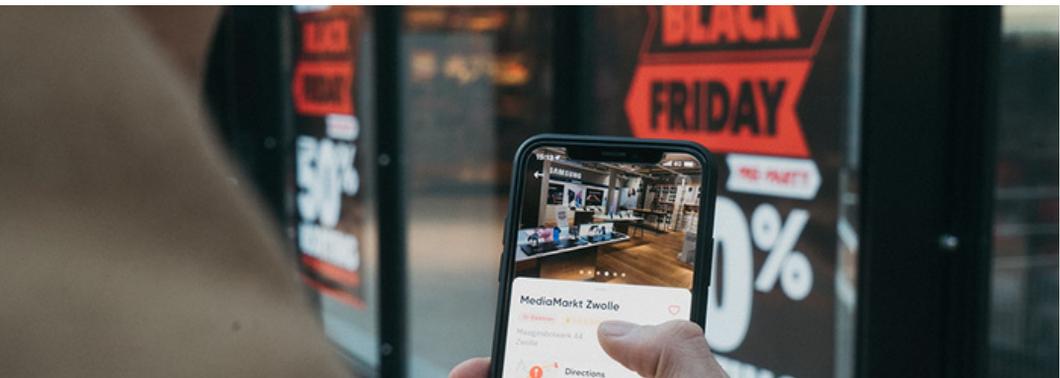
# 1. Einführung

Der Black Friday markiert den Beginn des Weihnachtseinkaufs und bietet Onlineshop-Betreibern eine einmalige Gelegenheit, ihre Umsätze signifikant zu steigern.

In Deutschland werden jedes Jahr Milliarden Euro in Onlineshops umgesetzt. Doch in einem derart umkämpften E-Commerce-Markt genügt ein ansprechender Shop allein längst nicht mehr. Kunden erwarten, dass ein Onlineshop jederzeit schnell und fehlerfrei funktioniert – auch bei Nachfragespitzen wie dem Black Friday-Ansturm.

Gerade in den Spitzenzeiten müssen Onlineshops also entsprechend so vorbereitet sein, dass sie den erhöhten Anforderungen standhalten und Kunden eine Top-Performance und ein reibungsloses Einkaufserlebnis bieten. Schließlich ist die Konkurrenz nur einen Mausklick entfernt.

Unabhängig von Black Friday benötigen langfristig erfolgreiche Onlineshops ein ganzheitliches und strategisches Vorgehen. Neben einer einwandfrei funktionierenden technischen Basis sind eine intuitive Nutzerführung und ein reibungsloser Kaufvorgang unverzichtbare Eckpfeiler für erfolgreiche E-Commerce-Projekte.



Als erfahrene E-Commerce-Agentur sind wir von MoSeven darauf spezialisiert, maßgeschneiderte Lösungen für B2B- und B2C-Kunden im E-Commerce zu entwickeln. Wir kennen die typischen Herausforderungen von E-Commerce-Unternehmen und können schnell die größten Wachstumshebel identifizieren.

# 2. Checkliste: Professionelle Vorbereitung auf den Ansturm

Die professionelle Vorbereitung auf den Ansturm vor Black Friday ist für einen Onlineshop von entscheidender Bedeutung, um reibungslose Abläufe und eine positive Kundenerfahrung sicherzustellen. Dabei sind eine Reihe von Aspekten wie technische Kapazitäten, Bestandsmanagement und Kundenservice zu berücksichtigen, um technische Ausfälle und enttäuschte Kunden zu vermeiden. So festigen Sie wiederum langfristig Erfolg und Image Ihres Unternehmens.

Nutzen Sie unsere Checkliste, um Ihren Shop bestmöglich vorzubereiten und den Grundstein für ein erfolgreiches Geschäftsjahr zu legen.

## Technische Infrastruktur stärken

Eine robuste technische Infrastruktur ist das Fundament eines jeden Onlineshops, insbesondere während des Black Fridays. Stellen Sie sicher, dass Ihre Hosting-Lösung den erwarteten Traffic-Spitzen gewachsen ist und Ihre Seite schnelle Ladezeiten bietet.

### Checkliste:

- Überprüfen Sie Ihre Hosting-Pläne auf Skalierbarkeitsoptionen
- Führen Sie einen Stress-Test durch, um die Belastbarkeit Ihres Shops zu testen
- Implementieren Sie ein Content Delivery Network (CDN), um die Geschwindigkeit weltweit zu optimieren

Ein Content Delivery Network (CDN) ist ein Netzwerk aus verteilten Servern, das darauf ausgelegt ist, Webinhalte wie HTML-Seiten, JavaScript-Dateien, Stylesheets, Bilder und Videos effizienter an Benutzer zu liefern. Die Server sind geografisch über verschiedene Standorte verteilt, um Inhalte von einem Standort aus zu liefern, der räumlich näher am Endbenutzer liegt. Dies hilft, die Ladezeiten von Webseiten zu reduzieren, die Belastung von einzelnen Servern zu verringern und die Webseiten-Performance insgesamt zu verbessern.

### Kernfunktionen und Vorteile eines CDN:

- **Schnellere Ladezeiten:** Indem Inhalte von einem Server geliefert werden, der geografisch näher am Benutzer ist, können Webseiten schneller geladen werden, was die Benutzererfahrung verbessert.
- **Erhöhte Zuverlässigkeit:** CDNs können den Traffic über mehrere Server verteilen, was die Ausfallsicherheit erhöht und sicherstellt, dass die Website auch bei hohem Besucheraufkommen oder Ausfall eines Servers erreichbar bleibt.
- **Skalierbarkeit:** Ein CDN kann dazu beitragen, Lastspitzen abzufedern, indem es den Datenverkehr effizient über sein Netzwerk verteilt. Dies ist besonders wichtig für Websites, die plötzliche Traffic-Anstiege erleben, wie zum Beispiel während Verkaufsaktionen oder besonderer Events.
- **Sicherheit:** Viele CDNs bieten zusätzliche Sicherheitsfunktionen an, wie DDoS-Schutz (Distributed Denial of Service) und Web Application Firewalls, die helfen, die Website vor Angriffen und unbefugtem Zugriff zu schützen.
- **Geringere Bandbreitenkosten:** Da CDNs Inhalte effizienter verteilen, können sie dazu beitragen, die Menge an Daten zu reduzieren, die vom Hauptserver übertragen werden muss, was die Bandbreitenkosten senken kann.

### **E-Commerce-Plattform optimieren**

Shopsystem-Anbieter bieten umfangreiche Möglichkeiten zur Optimierung. Nutzen Sie diese, um Ihr Angebot zu verbessern, Prozesse zu automatisieren und das Kundenerlebnis zu verfeinern.

#### **Checkliste:**

- Aktualisieren Sie Ihre Plattform auf die gewünschte Version
- Prüfen und optimieren Sie die Performance Ihrer Produktseiten und des Checkouts
- Stellen Sie sicher, dass alle Zahlungsmethoden fehlerfrei funktionieren
- Vergessen Sie die Landingpages oder „Neben-Stores“ nicht, sofern Sie mehrere Kanäle in Ihrem E-Commerce einsetzen

### **Bestandsmanagement und Logistik**

Ein effizientes Bestandsmanagement und eine zuverlässige Logistik sind entscheidend, um Lieferverzögerungen und Out-of-Stock-Situationen zu vermeiden.

#### **Checkliste:**

- Überprüfen Sie Ihre Bestandsdaten und passen Sie diese bei Bedarf an
- Stellen Sie klare Lieferzeiten bereit und kommunizieren Sie diese transparent
- Sichern Sie zusätzliche Logistikpartner für den erhöhten Versandbedarf

### **Mobile Optimierung sicherstellen**

Mobile Einkäufe nehmen stetig zu. Eine optimierte Darstellung Ihres Shops auf Smartphones und Tablets ist daher unerlässlich.

#### **Checkliste:**

- Testen Sie die mobile Ansicht Ihres Shops auf verschiedenen Geräten
- Überprüfen Sie die Benutzerfreundlichkeit der mobilen Navigation und der Checkout-Prozesse
- Stellen Sie sicher, dass alle Funktionen auch mobil reibungslos funktionieren

### **Kundensupport ausbauen**

Ein überforderter Kundensupport kann das Einkaufserlebnis negativ beeinflussen. Planen Sie zusätzliche Ressourcen für diesen Zeitraum ein.

#### **Checkliste:**

- Erweitern Sie Ihr Support-Team temporär
- Implementieren Sie ein Ticket-System, um Anfragen effizient zu bearbeiten
- Bieten Sie umfassende FAQs, um gängige Fragen vorab zu klären
- Nutzen Sie ein Mystery-Shopping-Projekt, um Ihren Support vorab zu testen und verwertbare Ergebnisse zu erhalten

### **Leistungsüberwachung und Optimierung**

Die kontinuierliche Überwachung der Shop-Leistung ermöglicht es Ihnen, Probleme frühzeitig zu erkennen und zu beheben.

#### **Checkliste:**

- Setzen Sie Monitoring-Tools ein, um die Performance zu überwachen
- Planen Sie Ressourcen für kurzfristige Optimierungen während des Black Fridays ein
- Führen Sie nach dem Black Friday eine detaillierte Performance-Analyse durch

**Fazit**

Eine sorgfältige Vorbereitung Ihres Onlineshops auf den Black Friday und das Weihnachtsgeschäft kann entscheidend für den Erfolg in dieser wichtigen Verkaufsphase sein.

Durch die Stärkung Ihrer technischen Infrastruktur, die Optimierung Ihrer E-Commerce-Plattform, die Verbesserung des Bestandsmanagements und der Logistik, die Sicherstellung der mobilen Optimierung, den Ausbau des Kundensupports sowie die kontinuierliche Leistungsüberwachung und Optimierung setzen Sie die Weichen für gesteigerte Umsätze und zufriedene Kunden.



# 3. Black Friday: Rückblick und Analyse

Nach Black Friday ist vor Black Friday, denn nach dem Ende der Hochsaison stehen Onlineshop-Betreiber bereits wieder vor einer Vielzahl von Herausforderungen, während sie sich auf die nächste Saison, den Black Friday oder das Weihnachtsgeschäft vorbereiten.

Der vergangene Black Friday sollte umfassend analysiert und ausgewertet werden, um zu erkennen, ob und wo möglicherweise nicht alles ideal lief und ob weitere Optimierungsmaßnahmen ergriffen werden sollten. Dies kann den gesamten E-Commerce-Prozess umfassen und damit u.a. technische Anpassungen, Bestandsmanagement, Sortimentsgestaltung oder Marketingaktivitäten betreffen.

Auf Basis dieser Auswertungen können die Fachabteilung, die IT oder Ihre Dienstleister Ihr E-Commerce ausbauen und für die nächste Saison vorbereiten.

Möglicherweise ergeben Ihre Analysen größere technische Herausforderungen, die nur mit erheblichem Aufwand gelöst werden können. Eventuell erkennen Sie auch, dass Ihr aktuelles Shopsystem Ihren Anforderungen nicht (mehr) gewachsen ist und Sie Ihren Shop auf ein anderes System umziehen sollten, um für den nächsten Black Friday gerüstet zu sein und die angestrebten Umsätze erwirtschaften zu können.

In diesen Fällen sollten Sie den Relaunch Ihres Onlineshops in Erwägung ziehen und rechtzeitig mit den Planungen beginnen, um für die nächste Hochsaison gewappnet zu sein.

# 4. Black Friday Ready:

## Leitfaden zur Optimierung der Performance und Geschwindigkeit Ihres bestehenden Onlineshops

### Einführung

In der schnelllebigen Welt des E-Commerce ist die Performance Ihres Onlineshops entscheidend für den Erfolg, insbesondere während der Hochphasen wie Black Friday und dem Weihnachtsgeschäft. Eine optimale Ladezeit und eine robuste Hosting-Umgebung sind unerlässlich, um hohe Umsätze zu generieren und technische Probleme zu vermeiden. Darüber hinaus ist die korrekte Einrichtung von Social Media-Schnittstellen entscheidend, um die Reichweite zu maximieren und die Konversion zu fördern.

### Phase 1: Analyse der aktuellen Situation

#### Messung der Ladezeiten

Nutzen Sie Tools wie Google PageSpeed Insights, GTmetrix oder die eigenen Speed-Report-Funktionen des Shopsystems, um die aktuellen Ladezeiten Ihres Shops zu analysieren. Identifizieren Sie Bereiche, die Verbesserungen benötigen, wie z.B. Bildoptimierung, Minimierung von JavaScript und CSS.

#### Hosting-Evaluation

Überprüfen Sie Ihre aktuelle Hosting-Lösung auf ihre Fähigkeit, Verkehrsspitzen zu bewältigen. Die meisten Systeme bieten als gehostete Plattformen bereits eine robuste Infrastruktur, doch zusätzliche Maßnahmen wie die Verwendung eines Content Delivery Network (CDN) können die Geschwindigkeit weiter verbessern.



## **Phase 2: Strategien zur Performance-Optimierung**

Implementieren Sie die von Analyse-Tools vorgeschlagenen Verbesserungen wie Bildkomprimierung, Nutzung von browserübergreifendem Caching und die Eliminierung blockierender Ressourcen.

Erwägen Sie Lazy Loading für Bilder und Videos, um die initiale Ladezeit zu reduzieren. Dies sollte mit der Fachabteilung und der IT abgestimmt werden, da in manchen Situationen Lazy Loading Nachteile haben kann.

Lazy Loading ist eine Optimierungstechnik für Webinhalte, insbesondere für Bilder, Videos und Skripte. Sie sorgt dafür, dass diese Inhalte erst dann geladen werden, wenn sie benötigt werden, also zum Beispiel, wenn sie in den sichtbaren Bereich des Browserfensters scrollen. Standardmäßig lädt ein Browser beim Öffnen einer Webseite alle Elemente sofort, unabhängig davon, ob der Nutzer sie sofort sieht oder nicht. Dies kann die Ladezeit der Seite erheblich verlängern, besonders wenn es viele oder große Medieninhalte gibt.

Beim Lazy Loading werden diese Elemente hingegen verzögert geladen. Das bedeutet, dass zunächst nur die Teile der Webseite geladen werden, die für den Nutzer sofort sichtbar sind. Weitere Inhalte werden nachgeladen, sobald der Nutzer zu ihnen scrollt. Dies reduziert die anfängliche Ladezeit der Seite, verbessert die Benutzererfahrung, indem es die sichtbare Reaktionsfähigkeit der Seite erhöht, und kann auch die Bandbreitennutzung sowohl für den Nutzer als auch für den Server verringern. Es ist eine besonders wirksame Strategie für Webseiten mit vielen Bildern oder Videos, wie Onlineshops, Fotogalerien oder News-Seiten.

## **Phase 3: Einrichtung und Optimierung von Social Media-Schnittstellen**

Nutzen Sie Shopping Feeds, um Ihre Produkte direkt auf Plattformen wie Facebook, Instagram und Pinterest zu bewerben. Wenn Ihre Kunden bereits auf den Social Media Plattformen anfangen zu stöbern und nicht direkt in Ihrem Onlineshop, nimmt dies Last des Ansturms. Bitte beachten Sie, dass, sobald Kunden einen Kauf abschließen möchten, der Checkout Ihres Systems trotzdem geladen wird.

Stellen Sie sicher, dass alle Social Media-Feeds korrekt eingerichtet sind und reibungslos funktionieren, um eine optimale Benutzererfahrung und Konversionsrate zu gewährleisten.

## **Phase 4: Test und Anpassung**

### **Umfassende Tests**

- Führen Sie umfangreiche Tests durch, um sicherzustellen, dass alle Optimierungen wirksam sind und die Ladezeiten signifikant verbessert wurden.
- Überprüfen Sie alle Social Media-Verbindungen auf Funktionalität und Effektivität bezüglich der Nutzerinteraktion und Konversion.
- Lassen Sie in Ihren Teams einige Testkäufe durchführen.

### **Feinabstimmung und Monitoring**

- Nehmen Sie basierend auf den Testergebnissen letzte Anpassungen vor.
- Implementieren Sie Monitoring-Tools, um die Performance auch zukünftig kontinuierlich zu überwachen und bei Bedarf schnell eingreifen zu können.

## Fazit

Wenn Sie die genannten Schritte beachten und umsetzen, haben Sie die besten Voraussetzungen dafür geschaffen, dass Ihr Onlineshop auch bei einer besonders großen Besucheranzahl nicht mit langsamen Ladezeiten oder gar Zusammenbruch reagiert und eine Top-Performance zeigt.

Aus technischer Sicht ist Ihr Shop damit optimiert und Sie können sich auf eine hervorragende Customer Experience und damit zufriedene Kunden, eine hohe Conversion Rate, weniger Warenkorbabbrüche und auf höhere Umsätze freuen.

### TIPPS ZU OPTIMIERUNG DER LADEZEITEN: TECHNISCHE ANPASSUNGEN

1. **Bilder und Videos:** Komprimieren Sie alle Bilder und Videos, bevor Sie sie hochladen, und implementieren Sie Lazy Loading.
2. **Komplexer oder ineffizienter Code:** Nutzen Sie Tools zur Code-Minimierung und entfernen Sie redundante oder ungenutzte Code-Schnipsel.
3. **Apps oder Module:** Identifizieren und überprüfen Sie alle genutzten Apps und Module. Entfernen oder ersetzen Sie Apps, die Ihren Shop verlangsamen.
4. **Themes:** Wählen Sie ein für Geschwindigkeit optimiertes Theme.
5. **Theme- oder App-Funktionen:** Deaktivieren Sie unnötige Animationen und Effekte.



# 5. Projektplan für den Relaunch eines Onlineshops

Falls Sie nach Analyse Ihres letzten Black Fridays zu der Erkenntnis gekommen sind, dass mehr als nur ein paar kleine Änderungen an Ihrem Shop nötig sind, um ihn für den kommenden Black Friday und den Traffic-Ansturm über das große Shopping-Wochenende fit zu machen, sollten Sie jetzt einen Shop-Relaunch in Betracht ziehen.

Dieser Projektplan zielt darauf ab, Shop-Betreibern eine strukturierte Vorgehensweise für den erfolgreichen Relaunch ihres Onlineshops zu bieten.

Ziel ist es, Ihre Umsätze speziell während Black Friday und im Weihnachtsgeschäft zu steigern und gleichzeitig sicherzustellen, dass Ihr Shop technisch einwandfrei funktioniert.

## **Phase 1: Analyse und Planung (3 Monate vor dem Black Friday)**

- Kleine Markt- und Wettbewerbsanalyse
- Technische Überprüfung des Shops
- KPI- und Datenanalyse
- Definition der Ziele

## **Phase 2: Design und Entwicklungsanpassungen (2-3 Monate vor dem Black Friday)**

- Design-Update
- Funktionserweiterungen
- Bestandsmanagement-Optimierung
- Sicherheits- und Leistungsoptimierungen

## **Phase 3: Marketing und Promotion (1-2 Monate vor dem Black Friday)**

- Entwicklung von Marketing-Content
- Durchführen von Social Media-Aktivitäten
- SEO-Optimierung

## **Phase 4: Testing und Qualitätssicherung (2 Wochen vor dem Black Friday)**

- Schnittstellentestung: Testen aller Schnittstellen Ihres Shops, insbesondere die zur Zahlungsabwicklung und Warenwirtschaft
- Testbestellungen durchführen, um die Funktionsfähigkeit des Bestellprozesses zu überprüfen
- Leistungs- und Stresstests, um die Belastbarkeit Ihres Shops unter Hochlastbedingungen zu testen. Ein Lastentest (z.B. mit LoadStar) hilft, um sich bestmöglich vorzubereiten
- Feedbackrunde und finale Anpassungen

## **Phase 5: Launch und Monitoring (Black Friday & Weihnachtssaison)**

- Soft-Launch einige Tage vor Black Friday, um letzte Probleme zu identifizieren und zu beheben. Kurz vor dem Black Friday muss es einen „Feature-Freeze“ geben. Unmittelbar am Vortag sollten keine Anpassungen mehr implementiert werden.
- Monitoring der Performance Ihres Shops und Bereitstellung von Support für Kundenfragen und -probleme
- Nachbereitung und Analyse: Sammlung von Daten und Feedback während und nach den Aktionstagen, um Erkenntnisse für zukünftige Verbesserungen und Aktionen zu gewinnen

# 6. Der Gamechanger: Unser Shoppable Link

Bei unserem Shoppable Link handelt es sich um eine innovative E-Commerce-Technologie, die es Ihnen als Marke oder Verkäufer ermöglicht, Ihre Produkte direkt über Links in sozialen Medien, Emails, Blogs oder anderen digitalen Plattformen zu verkaufen. Mittels Direktkauf-Links schließen Ihre Kunden den Kauf direkt auf Social Media vollständig ab oder sie werden zumindest mit nur einem Klick von einem externen Inhalt direkt zum Checkout-Prozess Ihres Onlineshops geleitet. Beides vereinfacht und beschleunigt den Kaufprozess erheblich.

Ihre Kunden werden also nicht mit mehreren Schritten bis zum Checkout durch Ihren Onlineshop geleitet, sondern können **direkt** über Social Media kaufen. Die Kaufabwicklung findet in diesem Fall komplett im Hintergrund über unser dahinterliegendes System statt.

Der immense Vorteil während der Onlineshopping-Hochsaison liegt auf der Hand: durch das Auslagern des Kaufprozesses auf Social Media-Plattformen wird der Ansturm auf mehrere Systeme aufgeteilt und Ihr Onlineshop wird von einem Teil der Last befreit.

## **Schlüsselemente von Shoppable Links:**

- Verbindung von E-Commerce und Social Media: Shoppable Links bieten eine direkte Brücke zwischen Marketinginhalten und dem E-Commerce-Store, indem sie potenzielle Kunden sofort zum Kauf führen, ohne die Notwendigkeit, die Ursprungsplattform zu verlassen oder manuell nach Produkten zu suchen.
- Direkte Verkaufsmöglichkeit: Der Kauf wird direkt auf Social Media getätigt und abgewickelt, typischerweise durch einen Klick auf ein Bild oder einen Direktkauf-Button in einem Post.
- Integration in soziale Medien: Besonders beliebt sind die Links auf Plattformen wie Instagram, Facebook oder Pinterest, wo Unternehmen und Influencer Shoppable Posts erstellen können. Diese Posts enthalten Links, die die Nutzer direkt zu Produkten oder zu einer Seite mit einer Produktauswahl führen, die im Beitrag vorgestellt wird.

## **Vorteile von Shoppable Links:**

- Konsumenten werden dort abgeholt, wo sie inspiriert und begeistert sind.
- Zwischen der Entdeckung des Produktes und dem Kauf liegen nur wenige Klicks. Je einfacher ein Kauf, desto geringer die Abbruchrate und desto höher die Conversion Rate – und der Umsatz
- Messbarkeit: Shoppable Links sind leicht zu tracken, sodass Marken die Effektivität ihrer Kampagnen messen und Einblicke in das Kundenverhalten gewinnen können.
- Mit unserem Shoppable Link entlasten Sie nicht nur Ihren Onlineshop bei Nachfragespitzen, sondern erschließen gleichzeitig zusätzliches Umsatzpotenzial durch Ihre Social Media Community.

**Probieren Sie es direkt aus!**

# Kontakt

Wenn Sie mehr über unseren Shoppable Link oder unsere anderen Leistungen rund um E-Commerce und Social Commerce erfahren möchten, kontaktieren Sie uns gern.



## ÜBER UNS

### **MoSeven: Social Commerce & E-Commerce as a Service**

MoSeven ist eine inhabergeführte Digitalagentur aus der Region Köln, die sich auf Social Commerce spezialisiert hat. Wir helfen unseren Kunden, spannende, innovative Projekte rund um E-Commerce, Social Commerce und Chatbots zu realisieren.

Mit unseren Produkten Shoppable Link und Shoppingbot machen wir Social Commerce greifbar und ermöglichen es unseren Kunden, ihre Produkte schnell und einfach auf Social Media zu verkaufen.

MOSEVEN

MoSeven e.K. | Inh. Markus Mölter  
Kerpener Straße 154 | 50170 Kerpen-Sindorf | kontakt@mo7.de