

Magnet-Map.de
Dein Parkplatz-Wiederfinder

Was ist Ihr Geschäftsfeld?

- Gebrauchsgegenstand ..oder auch Geschenkartikel
- Print on demand
- Magnet Map – personalisiert hergestellter Parkplatz-Wiederfinder für großstädtische Autofahrer ohne eigenen Garage oder Stellplatz: 1 Metallplatte bedruckt mit online ausgewählten individuellem Parkumfeld, Magnet-Auto(s) und Schlüsselhaken im Alu-Rahmen in Büro, Gewerbebetrieb oder Privatflur gehängt und beim Reinkommen markiert, wo der Wagen steht und jeder weiß immer wo das geparkte Fahrzeug steht!

Wann haben Sie gegründet?

- Online-Gang Ende 2010

Warum?

- Die Idee, einmal geboren, hat mich einfach nicht mehr losgelassen.

Wie waren die Vorkenntnisse bezüglich E-Commerce?

- Auf reinem Verbraucherstand.
- Weiterbildung vor und während Konzeption der Website durch viele Ecomm-Vorträge, zwei berufsbegleitende Weiterbildungen sowie lösungsorientierte Recherchen.

Welchen Bezug hat Ihr Unternehmen zum Internet?

- Es ist Voraussetzung für das Produkt selbst als auch zur Zeit hauptsächlich für seinen Vertrieb.

Hatten Sie Schwierigkeiten, rechtliche Voraussetzungen zu erfüllen?

- Der Geodaten-Anbieter und ich haben gemeinsam ein nur auf meine Firma und mein Produkt ausgerichtetes Lizenzmodell entwickeln müssen, da es ein solches Geschäftsmodell vorher nicht gab.
- Rechtliche Besonderheit: durch die Maßanfertigung fällt das Widerspruchsrecht weg.

Welche technische Umsetzung Ihres Shops wurde von Ihnen ausgewählt?

- Typo 3, tt products mit individuellen Extensions

Welchen Schwierigkeiten begegnen Sie heute in Ihrem Unternehmen?

- Größte Herausforderung: Das neuartige Produkt, den Bestellvorgang, Marke und Site bekannt zu machen.
- Ständige Usability-Optimierungen, verbesserte Anpassungen an Anforderungen etc.

Wie messen Sie Ihren Erfolg?

- An der Anzahl der verkauften Produkte
- Den Erfolg meiner PR-Arbeit daran, dass ich Menschen begegne, die bereits von Magnet Map gehört haben
- Google Analytics (Ausschlag nach Radio-Interviews o.ä., hohe Verweildauer)

Welche Marketingmaßnahmen führen Sie durch?

- Pressearbeit für Presse, Radio, Fernsehen
- youtube (in Planung: mehr Filme für Virales Marketing)
- Facebook-Fan-Site (die auch als Fenster in Site integriert ist und damit auch wie Ticker funktioniert)
- klassisch: Flyer (zusätzlich geplant: beklebter Firmenwagen)
- Verteilung des Produkts in diversen Geschäften, wo es für Kunden sichtbar ist (Autohäuser)
- Werbeaktionen in Schaufenstern, Offline-Verkauf in ausgewählten Geschenke-Läden (Gutscheine m. Codes)
- E-Mail-Marketing zum Online-Gang (in Planung: E-Mail Marketing bei potentiellen gewerbliche Kunden)

Wie schätzen Sie die Wirkung von Online-Werbung wie Adwords, Facebook-Ads oder ähnlichem ein?

- Nicht schlecht
- Content und Optimierung der Site selbst allerdings wichtiger

Wohin geht Ihrer Meinung nach die Reise bzgl. Online-Marketing?

- Allgemeine Online-Präsenz (also gutes Suchmaschinen-Ranking) und Netzwerke-Präsenz
- Google Adwords, Kooperationen, Videos, aber auch Verzahnung mit Offline-Medien und Offline-Präsenz

- Weitere Zunahme Online-Präsenz
- Trotz zunehmender Wichtigkeit der Online-Präsenz ist Offline Präsenz nicht zu vernachlässigen (Messen, Märkte o.ä., wo Menschen „live“ zusammen kommen)

Welche Zielgruppenansprache bezeichnen Sie bei Ihrer Seite als besonders gelungen?

- Ziel: Ansprache von Kunden von 18 bis 80 Jahren (Autofahrer)
- Ziel erreicht: ab 10-jährigen bis etwa 70-jährigen, sehr positives Feedback durch direkte Kundenkontakte (Comic Style transportiert Humor, Pragmatismus und einfaches Handling von Bestellvorgang und Produkt selbst)

**Wie wichtig ist Ihnen die Interaktion mit dem Kunden?
Gibt es besonders gute Erfahrungen?**

- Sehr wichtig, besonders schnelle Reaktion auf E-Mails
- Erfahrung: Kunden reagieren dann meist ebenfalls schnell und zuverlässig
- Sehr gute Erfahrungen auch mit telefonischen Rückfragen, auch zu Kontaktweg des Kunden zur Firma
- Nette und begeisterte Reaktionen auf Magnet Map (besonders schallendes Lachen als Erstreaktion) oder wie es als Geschenk ankam, motivieren

Welche Rolle spielen Produktbewertungen?

- Durch die vielen positiven, persönlichen Rückmeldungen in Überlegung: Einstellung von „Kundenstimmen“ auf der Site
- Annahme: Authentische Erfahrungsberichte anderer Kunden schaffen viel Vertrauen und Neugier, wie man selbst das Produkt in sein Leben integrieren kann

Die schönste Erfahrung?

- Nach langer Vorbereitungszeit, einen für die Gründung des Unternehmens ausschlaggebenden Vertrag in Händen zu halten.
- Begeisterung bei den Kunden



... und



die schlimmste?

- ... Erfahrungen mit unzuverlässigen Dienstleistern.

Danke!

