

Herausgeber: shopanbieter.de
Quelle: <https://www.shopanbieter.de/news/archives/10162-restposten-de-e-commerce-fachforum-auf-der-iaw-messe-in-koeln-ein-voller-erfolg.html>
Autor: Katharina Vester
Erscheinungsdatum: 05.04.2016

* * *

RESTPOSTEN.de E-Commerce Fachforum auf der IAW Messe in Köln – ein voller Erfolg!

www.fostec.de



Foto: shopanbieter.de

Die letzte Ausgabe des von der GKS Handelssysteme GmbH, dem Betreiber von RESTPOSTEN.de, veranstalteten E-Commerce Forums vom 8.3.2016 auf der Internationalen Aktionswarenmesse in Köln war ein voller Erfolg! „Die Resonanz auf unser Forum hat unsere Erwartungen bei weitem übertroffen“ so Stefan Grimm, Geschäftsführer der GKS Handelssysteme GmbH und Moderator des Forums. „Die Messeleitung musste 2x Stühle nachliefern und trotzdem mussten viele Besucher leider stundenlang stehen“, so Grimm weiter.

Die große Frage des Forums lautete: Wie entrinnen Händler der Preisfalle? Der Handel insgesamt und Online-Händler im Speziellen kommen am Thema Ebay und Amazon eigentlich kaum noch vorbei. Entsprechend traf das Thema „erfolgreicher Handel auf Marktplätzen und Strategien aus der Vergleichbarkeit“ den Nerv des Auditoriums. Händler aller Größen haben häufig mit der stetigen Erosion Ihrer Margen und steigendem Wettbewerb zu kämpfen, entspre-

chend gespannt war das Auditorium auf die Lösungsstrategien, welche die Referenten für Händler jeder Umsatzgröße aufzeigen konnten.

Top Experten lieferten wertvollen Strategieansätzen Wie agieren Hersteller und Marken auf Amazon und welche Bausteine sind Grundlage einer nachhaltigen Amazon-Strategie: Laut Markus Fost von der E-Commerce-Beratung Fostec gibt es fünf Hygienefaktoren: Produkt, Preis, Prozesse, Personal und Promotion. Auf was sich Händler und Marken in der Kooperation mit Amazon einrichten müssen, erklärte er in seinem Vortrag und geht insbesondere darauf ein welche Vor- und Nachteile bestehen auf Amazon oder an Amazon zu verkaufen. Sogar alte Weisheiten bleiben weiterhin gültig – schlechte Produkte laufen nicht und bringen auch keinen nachhaltigen Erfolg für das Unternehmen. Es gilt also frühzeitig zu analysieren und zu identifizieren welche Bestandteile des Sortiments besitzen eine nachhaltig positive Wirkung für das Unternehmen. Händler sollten wieder Händler werden, statt Nachdisponenten zu sein! Große Einigkeit besteht zwischen den Experten Markus Fost (Fostec.de), Mark Steier (wortfilter.de) und Franz Jordan (MarketplaceAnalytics.de) darüber, dass der Handel mit Drittmarken – egal über welchen Vertriebsweg – sehr häufig vergleichbare Preiskaskaden vollzieht. Die Verkaufs-Preise werden aufgrund des steigenden Wettbewerbs auf Marktplätzen oder aufgrund von Preisvergleichen Schritt für Schritt in Richtung des niedrigsten möglichen Wettbewerbspreises bewegen, die Margen der Händler erodieren zusehends. Ein Weg aus diesem Dilemma heraus scheint die Entwicklung eigener Marken und Produkte zu sein, doch wie sollen erfahrene Händler die Transformation zu erfolgreichen Produktentwicklern schaffen? Eben dazu sind Marktplätze ein hervorragendes Tool zur Produkt-, Absatz- und Keywordanalyse, damit Händler ihre ersten Gehversuche als Hersteller bzw. eigene Marke mit Produkten vollziehen können, die viel weniger Risiko aufweisen, als die übliche 90%+ Flop-Rate von Neuentwicklungen.

Hier geht es zum YouTube Channel von GKS mit allen Vorträgen und Lösungsansätzen: [IAW E-Commerce Forum](#)

Weitere Informationen: Amazon und eBay für gewerbliche Verkäufer
services.amazon.de, verkaeuferportal.ebay.de/ebay-shops

* * *

Bitte beachten Sie, dass die Text- und Bildrechte dieses Artikels beim oben genannten Herausgeber liegen und für mögliche fehlerhafte Informationen übernimmt FOSTEC Commerce Consultants keine Haftung.

Diese Pressberichterstattung sowie weitere Pressemitteilungen finden Sie auch im Internet unter fostec.de/presse/.

Über FOSTEC Commerce Consultants

FOSTEC Commerce Consultants ist die führende neutrale und unabhängige Unternehmensberatung mit den Schwerpunkten im digitalen Handel. Der Fokus liegt neben den Anforderungen von Existenzgründern, Startups, kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) vor allem auf der Entwicklung von E-Commerce Strategien für produzierende Unternehmen und Konzerne.

Das Leistungsspektrum erstreckt sich über diverse E-Business/E-Commerce Geschäftsmodelle, Strategien und Vertriebsoptionen, welche wir maßgeschneidert für unsere Kunden konzipieren. Neben der Konzeption zeichnet FOSTEC Commerce Consultants eine hohe Expertise in der Umsetzung aus, weswegen wir Sie sehr gerne in der Operationalisierung unterstützen. www.fostec.de

Pressekontakt:

Markus Fost
FOSTEC Commerce Consultants
Königstrasse 10C
D-70173 Stuttgart
Telefon: +49 (0) 711-22254464
Telefax: +49 (0) 711-22254200
E-Mail: m.fost@fostec.de