

Das Projekt „Online-Shop“ läuft seit 2018. Die Homepage wurde mit neuem Firmenlogo und Online-Shop gerelaunched. Die Firma IBL begann damals rein in der Laborbranche, daher bestand das alte Logo aus einem DNA - Strang. Da die Firma allerdings in den über zwanzig Jahren ihrer Entwicklung neben dem Laborzweig zusätzlich noch in die Branchen Baustoffvertrieb, Umwelttechnik und sogar in den Lebensmittelhandel gegangen ist, wurde ein neues, passenderes Logo benötigt.

„IBL“ ruht jetzt sozusagen zwischen den aufgespaltenen DNA-Strängen. Die Farben des Logos haben neben der Orientierungshilfe auf unserer Homepage eine Bedeutung: Der orange, wachsende Strahl steht für den Sektor Baustoff, der horizontale Balken stellt die Basis, Chemie/Laboratorium dar. Umwelttechnik findet sich im Logo bzw. auf der Website mittels der grünen Farbe und die Lebensmittel sind mit Violett gekennzeichnet, da ihre Verpackungen dieser Farbe entsprechen.

Es wird stetig versucht, Optimierungen vorzunehmen. Wir führen aktuell knapp 9.000 Artikel im Online Shop (+ ca. 5.000 zusätzlich offline). Unsere größte Herausforderung ist es, dem Kunden oder der Kundin trotz der vielen Artikel ein möglichst einfaches Einkaufserlebnis zu verschaffen, denn niemand will stundenlang in einem Chaos nach Produkten suchen. Eine Suchfunktion ist essenziell und neben dieser arbeiten wir gemeinsam mit Digital Concepts an so vielen Filtermöglichkeiten wie möglich, um dem Kunden oder der Kundin mühsame Zeit zu ersparen.

Wir haben bereits verschiedene Designs auf unserer Homepage probiert und sind zu dem Entschluss gekommen, dass die Effizienz in dieser Branche an erster Stelle stehen muss. Fancy, verschnörkelte Homepages generieren weniger Umsatz, als schlicht gehaltene. Verstehen Sie mich nicht falsch, das Corporate Design spielt natürlich eine wichtige Rolle, jedoch verzichten wir auf special effects wie herumfliegende Angebote etc.

Natürlich geht es beim Online-Shop nicht nur um Vorteile für den Kunden oder die Kundin – auch wir können daraus einen Nutzen ziehen! Der Webshop ist mit unserem Buchhaltungsprogramm verknüpft, sprich Bestellungen werden direkt im System erkannt und Rechnung/Lieferschein werden automatisch erstellt. Diese Zeit- und Arbeitersparnis rechtfertigt die minimal günstigeren Online-Preise, im Vergleich zu den stationären Preisen. Bestellungen bis ca. 14 Uhr versenden wir prinzipiell noch am selben Tag. Es kommt sehr selten vor, dass wir etwas nicht auf Lager haben, da wir dank unseres Systems jederzeit den genauen Lagerstand unserer Produkte kennen. Wenn sich der Lagerstand dem Ende neigt, wird nachbestellt; der Mindestbestand ist natürlich produktspezifisch.

Der Onlinemarkt ist leider nicht gerade die umweltfreundlichste Variante von Handel. Um dies auszugleichen, verwenden wir nur gebrauchte Kartons zum Versenden. So halten wir unsere Abfälle gering und sparen Ressourcen ein. Es ist nicht nur umweltfreundlicher, sondern erspart uns natürlich auch Kosten und Zeit.

In der Laborbranche handeln wir zum Großteil international, dies stellt uns vor mehrere Herausforderungen. Auch wenn in unserem Unternehmen über sechs Sprachen gesprochen werden, sind E-Mail - Bestellungen nicht immer eindeutig oder Steuernummern, die für steuerfreien internationalen Versand benötigt werden, fehlen.

Einmal pro Woche wird ein Angebot per E-Mail an unsere Kunden oder Kundinnen versendet. Wir arbeiten jedoch bereits an einer App, mit dieser wir künftig mit unseren Kunden oder Kundinnen in Kontakt stehen wollen. Ziel ist es, dass jeder Kunde oder jede Kundin die App auf seinem oder ihrem Smartphone hat und somit wöchentlich Push Benachrichtigungen über unsere Angebote bekommt. Eventuell soll es auch Sonderangebote oder ähnliche Vorteile für App Besitzer oder Besitzerinnen geben. Es muss noch mit den Programmierern abgeklärt werden, aber eventuell schaffen wir es in unserer App Augmented Reality anzubieten. Der Kunde oder die Kundin könnte dann z.B. die

Schachtabdeckung XY direkt bei ihm oder ihr zuhause von allen Seiten betrachten. Dies wäre ein großer Schritt für unseren Online-Handel.

Wir beschäftigen uns eigentlich recht wenig mit Kundenbindung, sondern mehr mit der Kundengewinnung, aus einem recht einfachen Grund: Die meisten Kunden oder Kundinnen kommen nachdem sie in Geschäft XY nicht fündig wurden. Sehen sie dann wie viele Produkte wir lagernd haben und wie gut beraten wird, kommen sie meist sowieso wieder zu uns. Unser Ziel ist es daher, das Unternehmen publikum zu machen. Kunden oder Kundinnen sollen wissen: „Ich fahre lieber gleich zum IBL, weil dort werde ich garantiert fündig“. Unsere neue Homepage, inklusive Webshop, trägt da schon mal ihren Teil bei. Eine Facebook Seite gibt es bereits seit 2013, derzeit jedoch ohne Interaktion. Das soll sich ändern. Ergänzend haben wir auch eine Instagram Seite erstellt. Über Social Media soll unser Name bekannter werden.

Eine unserer Besonderheiten ist, dass unser Team sehr bunt gemischt ist. Jeder kommt aus einer anderen Bildungsrichtung. Das ist unserer Meinung nach ein großer Vorteil. Ich bin erst seit September 2019 im Unternehmen und mache das Team als HAK-Maturant komplett. 2018 habe ich meine Diplomarbeit über die Digitalisierung des Handels geschrieben, was natürlich optimal zum aktuellen Anlass passt. Ich bin sehr froh, dass ich mein angeeignetes Wissen über die Zukunft des Handels nun 1:1 umsetzen kann. Multi Channel – wir sind bereit.