13/2011 16. Jg. – 20. September 2011

B 43263

www.baecker-auskunft.de

back.intern.

Branchendienst für Marketing & Verkauf

Interview
Tipps für differenzierte Preiserhöhungen Seite 2

Special
Maschinen und Reinigungsmittel: So wird es richtig sauber Seite 19

Südback
Neues rund um die Trendmesse für Bäcker Seiten 20-24

Informieren Sie sich anhand unserer Erfolgsbeispiele, welche Produkte sich für den E-Commerce eignen. Manches bietet sich einfach an: Pralinen und Stollen beispielsweise. Andere Produkte werden auf den Versand zugeschnitten, so wie haltbare Fototorten. Ein interessanter Kundenkreis sind Großabnehmer. Für sie muss man jedoch genau das Richtige haben: TK-Brote und -Brötchen für Gastro-Kunden beispielsweise oder Firmenpräsente. Lesen Sie auch, welche Chancen und Schwierigkeiten der Versandhandel bietet – und mit welchen Werbemaßnahmen er gefördert werden kann.

Die 15. Filiale ist das Internet

Die **Confiserie Bachmann** aus Luzern in der Schweiz glänzt nicht nur mit außergewöhnlichen Umsätzen an den 14 Filialstandorten. Auch mit dem auf der Firmenwebsite **www.confiserie.ch** integrierten Online-Shop macht sie über 1 Mio. Schweizer Franken Umsatz. „Wir haben ihn schon sehr früh im Jahr 1997 eingerichtet und laufend ausgebaut", erklärt der für Marketing und Verkauf zuständige Matthias Bachmann. Denn für ihn ging es im Internet von Anfang an auch um den Verkauf.

Eine charmante Einladung zum Date ist diese Versandtorte von Bachmann – eine von vielen kreativen Ideen.

Im Angebot sind feine Confiserie-Artikel, hochwertig und länger haltbar und damit ideal für den Versand: Pralinen, Schokolade und Trüffel, Macarons und andere süße Leckereien. Im Jahr 2010 kamen die sehr erfolgreichen Versandtorten hinzu. Dank der saftigen, cakeartigen Masse mit Mandeln und Schokosplittern, fest umhüllt von einem Marzipanmantel, sind diese Torten versandfähig und 12 Tage lang haltbar. Und die auf das Marzipan bedruckten Sujets machen die Torten als Geschenk für diverse Anlässe interessant. Der Einbau individueller Texte und Fotos ist ebenfalls möglich. „Mit den Versandtorten sind wir einzigartig und sie machen einen großen Anteil unserer Bestellungen aus", informiert **Matthias Bachmann**. Auch die Pralinen seien gefragt. Mit diesem idealen Versandprodukt sieht sich Bachmann als einer von fünf oder sechs Confiseuren in der Schweiz, die sie über einen Internet-Shop gut verkaufen. Eine weitere erfolgreiche Produktgruppe sind Luzerner Spezialitäten.

Während die größte Zahl aus Bestellungen von Privatkunden stammt, ist es beim Umsatz umgekehrt: 70 Prozent im Versand macht Bachmann mit Firmenkunden. Für sie sind auch die mit Firmenlogo bedruckten Lebkuchen, Schokolade und Pralinés interessant. Großbestellungen werden allerdings selten gleich über den Online-Shop, sondern meist per E-Mail abgewickelt. Jeden Tag verzeichnet Bachmann 1.000 bis 2.000 Besucher auf der Firmen-Website. Ob sie nun einfach über die Confiserie informieren oder bestellen möchten: Dank der ausführlichen Beschreibungen im Shop-Bereich stehen ihnen detaillierte Infos über das Angebot zur Verfügung. Ein Vorteil der Bachmann'schen Lösung, Homepage und Online-Shop unter einem Dach unterzubringen.

Info: www.confiserie.ch