

Warum wir den High-Volume Onlineshop entwickelt haben

Wir haben unseren Ansatz, Fotos zu verkaufen, überdacht und stellen Ihnen nun einen komplett überarbeiteten Onlineshop zur Verfügung. Dafür haben wir gute Gründe:

Grund 1: Wir wollen, dass Sie Ihre Kunden auch mobil erreichen.

- Die Art und Weise, wie Kunden online einkaufen, hat sich grundlegend verändert. Immer mehr Kunden kaufen mobil ein. Auch der Marktanteil von Smartphones und Tablets hat in den letzten Jahren enorm zugenommen.
- Google straft Seiten ohne Mobil-Optimierung in Zukunft ab.

Grund 2: Wir wollen sicherstellen, dass Sie zukunftsfähig bleiben.

- Der High-Volume Onlineshop wurde konsequent nach den Usability und E-Commerce "Best Practices" entwickelt und vereint unsere langjährige Expertise im Fotoverkauf.
- Der High-Volume Onlineshop setzt neueste Technologien ein und ist damit strategisch zukunftssicher gestaltet.



Mit diesen Weiterentwicklungen können wir nicht nur Ihren Umsatz steigern, sondern auch die Update-Fähigkeit des Shops sichern. Damit dies auch so bleibt und Ihr Shop immer auf dem neuesten Stand ist, mussten wir einige Gestaltungsmöglichkeiten einschränken.

Welche Einschränkung gibt es?	Warum?
Es ist nur ein Shop-Layout verfügbar. Hinweis: Sie können das neue Layout leicht an Ihr individuelles Markendesign anpassen.	Das neue Layout ist responsive, d. h. es passt sich an alle Endgeräte an und bietet Ihren Kunden immer die höchste Benutzerfreundlichkeit. Ein solches Layout ist komplex, so dass die Bereitstellung weiterer Layouts die kontinuierliche Optimierung verlangsamen würde.
Vorläufig: Eigene CSS- und JavaScript-Einstellungen werden nicht eingebunden.	Individuelle CSS- und JavaScript-Einstellungen erschweren die Update-Fähigkeit des Shops.
Vorläufig: Sie können momentan nur ein Layout für Fotoalben nutzen.	Das Layout „Optimized“ hatte bisher die höchste Umsatzrate. Wir haben dieses Layout daher als Basis verwendet und für alle Bildschirmgrößen optimiert.

Schritt-für-Schritt Anleitung

Damit Sie den neuen High-Volume Onlineshop ideal einsetzen können, fassen wir die wichtigsten Einstellungen hier für Sie zusammen.

Verschaffen Sie sich einen Eindruck vom neuen Shop:

www.demo.fotograf.de

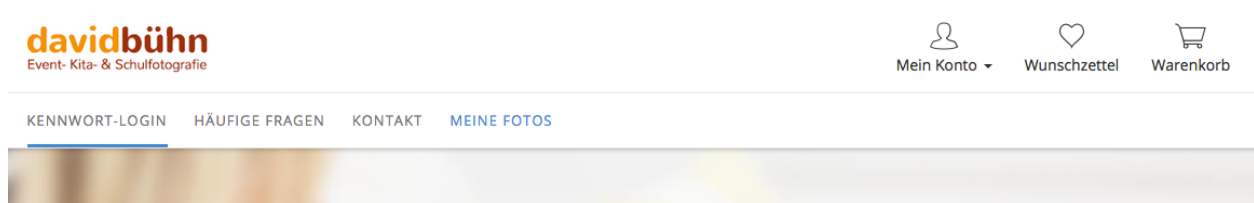
(Kennwort: test)

1. Aktivieren Sie den High-Volume Onlineshop



- Navigieren Sie im Administrationsbereich zu „Design und Gestaltung“
- Aktivieren Sie den High-Volume Onlineshop
- Wechseln Sie zu Ihrem Shop und überprüfen Sie das Ergebnis
- Sie können jederzeit zu Ihrem bisherigen Shop zurück wechseln

2. Passen Sie Ihr Navigationsmenü und Ihren Footer an



- Navigieren Sie im Administrationsbereich zu „Inhalte verwalten“
- **Definieren Sie eine Seite des Typs „Kundenlogin“ als Startseite.** Warum? In unseren Tests haben wir sehr gute Ergebnisse erzielt, wenn Endkunden den Zugang zu Ihren Fotos direkt gefunden haben.
- Bestimmen Sie ein Hintergrundbild in den Einstellungen des Kundenlogins – Sie können auch ein eigenes Bild hochladen (mehr Informationen dazu in Schritt 3).
- Reduzieren Sie Ihr Menü auf maximal 5 prägnante Menüpunkte. Warum? Zu viele Menüpunkte verwirren den Kunden. Beachten Sie, dass der zusätzliche Menüpunkt „Meine Fotos“ erscheint, sobald sich ein Endkunde einloggt.
- Nutzen Sie unsere Vorlage für den Footer und/oder erstellen Sie einen eigenen. Die Einstellungen dazu finden Sie unter „Webseite verwalten“ -> „Footer & Datenschutzerklärung“.

Hinweise:

- Auf Smartphones ist das Menü „eingeklappt“, um Platz zu sparen.
- Externe Links werden in Zukunft nicht mehr im Hauptmenü angezeigt. Platzieren Sie diese besser im Footer.

3. Entwickeln Sie ein individuelles Design

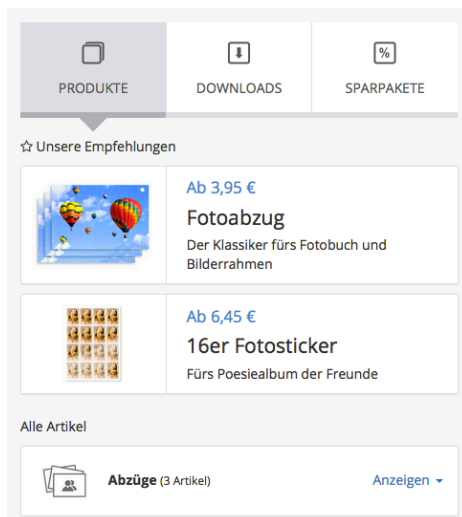
- **Logo:** Überprüfen Sie Ihr Logo. Erstellen Sie es ggf. erneut ohne Abstände zum Rand mit 70 Pixel Höhe und laden Sie es erneut hoch.
- **Hintergrundbanner Startseite:** Erstellen Sie sich ein Hintergrundbild für die Startseite und laden Sie es unter Inhalte verwalten -> Kundenlogin hoch. Die Größe des Banners wird über die komplette Breite des Browsers gestreckt. Laden Sie dieses daher groß genug hoch – z.B. in 2000 Pixel Breite und 600 Pixel Höhe. Tipp: Nutzen Sie den gausschen Weichzeichner mit Photoshop und schwächen die Kontraste ggf. durch eine Farbüberlagerung ab. Dann wirkt das Bild weniger konfus und der Fokus liegt stärker auf dem Login.
- **Highlight-Farbe:** Legen Sie unter „Design und Gestaltung“ eine individuelle Farbe fest, die für Buttons oder aktive Links verwendet wird. Bitte verwenden Sie eine Farbe, die sich deutlich vom Hintergrund abhebt (möglichst kein Schwarz oder Braun). Eine kontrastarme Farbkombination gefährdet Ihren Umsatz.

Hinweise:

Für den optimalen Fotoverkauf haben wir einige Gestaltungsmöglichkeiten entfernt, die den Shop in der Vergangenheit beeinträchtigt haben, bzw. zu Problemen auf mobilen Geräten geführt haben.

- Es sind keine unterschiedlichen Templates verfügbar.
- Es ist zurzeit nur ein Layout für Fotoalben verfügbar, welches sich am besten für den Verkauf eignet und auch auf mobilen Geräten funktioniert.
- Eigene CSS Einstellungen, JavaScript oder HTML Code von den Experteneinstellungen werden nicht in den neuen Shop integriert.

4. Überprüfen Sie Ihre Produkte



- **Unsere Empfehlung: Beschränken Sie Ihre Produkte auf eine Oberfläche (z.B. „matt“ oder „Silk“).** Warum? Sie machen es Ihren Kunden einfacher, indem Sie ihnen die Entscheidung abnehmen. Benennen Sie dann den Produktnamen im Preisprofil um („Fotoabzug“ statt „Abzug: Premium Silk“).
- Hinterlegen Sie alle Produkte im Preisprofil, die Sie auch in Sparpaketen verwenden.

Hinweis: Befinden sich mehr als 10 Einzelprodukte im Preisprofil, wird die Produktliste in übersichtliche Produktkategorien untergliedert. Der Abschnitt „Unsere Empfehlungen“ beinhaltet beliebte Klassiker, die von fotograf.de eingestellt wurden.

5. Aktivieren Sie „Download: alle Fotos“

Download: Alle Fotos

Einzelpreis: ~~98,45€~~
Nur 39,90 €

Sie sparen über **50%**
Inkl. 19% MwSt

[Zur Bestellübersicht](#)

Aktionsangebot

- Insgesamt 11 Fotos
- Downloadgröße: Originalgröße
- Keine Versandkosten

- Aktivieren Sie diese Option in den Einstellungen des entsprechenden Preisprofils
- Beispiel: 9 € für Einzeldownload – 39,90 € für alle Fotos (bei ca. 10 Fotos im Album)

Hinweis: Der pauschale Download aller Fotos wird häufig dann gekauft, wenn viele Fotos vorhanden sind, aber der Einzeldownload teuer ist. Der Sparvorteil (z.B. „Sie sparen über 50%“) wird automatisch berechnet.

6. Hinterlegen Sie Sparpakete und berechnen Sie den Einzelpreis

Klassik



Entspricht der klassischen Mappe

Einzelpreis: ~~24,75€~~
Nur 17,90 €

Sie sparen: **6,85 €**

[Jetzt gestalten...](#)

Das Paket beinhaltet:

-  2 x Fotoabzug 10 x 15 cm
-  1 x Fotoabzug 13 x 19 cm

Premium



Hier ist alles drin

Einzelpreis: ~~48,50€~~
Nur 34,90 €

Sie sparen: **13,60 €**

[Jetzt gestalten...](#)

Das Paket beinhaltet:

-  3 x Fotoabzug 10 x 15 cm
-  2 x Fotoabzug 13 x 19 cm

Maxi XXL



Wenn es ein bisschen mehr sein soll

Einzelpreis: ~~110,40€~~
Nur 79,90 €

Sie sparen: **30,50 €**

[Jetzt gestalten...](#)

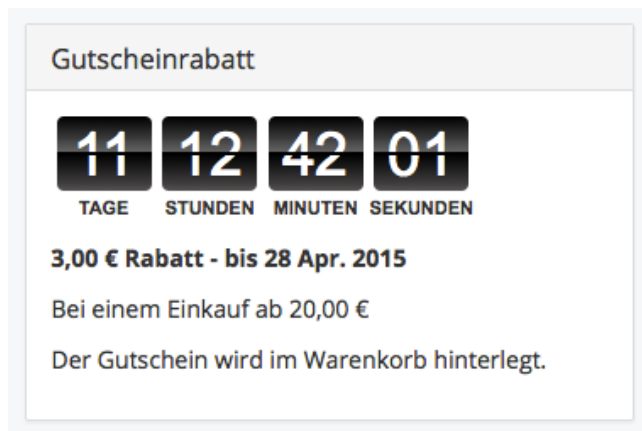
Das Paket beinhaltet:

-  6 x Fotoabzug 10 x 15 cm
-  4 x Fotoabzug 13 x 19 cm

- **Hinterlegen Sie 3 bis 4 Sparpakete im Album.** Warum? Maximal 4 Sparpakete werden in der Album-Übersicht angezeigt. So kann der Kunden vergleichen und sein Lieblingspaket auswählen.
- Achten Sie darauf, dass jedes Produkt im Sparpaket auch als Einzelprodukt verfügbar ist.
- **Berechnen Sie den Einzelpreis** und speichern Sie diesen im Preisprofil ab. Warum? So wird der Sparvorteil berechnet und dem Kunden angezeigt.
- **Gestalten Sie Sparpakete mit Klassikern, die gerne gekauft werden.** Denn enthält das Paket Produkte, die der Kunde nicht möchte, wird er sich trotz Sparvorteil nicht für das Sparpaket entscheiden.

7. Arbeiten Sie mit Gutscheinen

Für die Integration von Gutscheinen gibt es zwei Möglichkeiten:



1. **QR-Tagging:** Setzen Sie beim Erstellen der Kennwortkarten einen Gutschein.
2. **Manuelle Kennwörter:** Verknüpfen Sie das Kennwort unter dem Menüpunkt „Gästekennwörter“ mit einem zuvor erstellten Gutschein.

Hinweis: Der Countdown wird angezeigt, wenn der Gutschein innerhalb der nächsten 14 Tage abläuft.

8. Testen Sie Ihren Shop

Klicken Sie alle Menüpunkte in der Navigation an. Prüfen Sie, ob die einzelnen Seiten gut aussehen. Achten Sie auf diese Elemente:

- Texte und Überschriften
- Position der Bilder auf Seiten des Typs „Textseite mit Fotos“
- Sieht die Portfolio-Seite ansprechend aus?

Haben Sie noch Fragen oder Probleme bei der Einrichtung?
Nutzen Sie das [Kontaktformular](#).