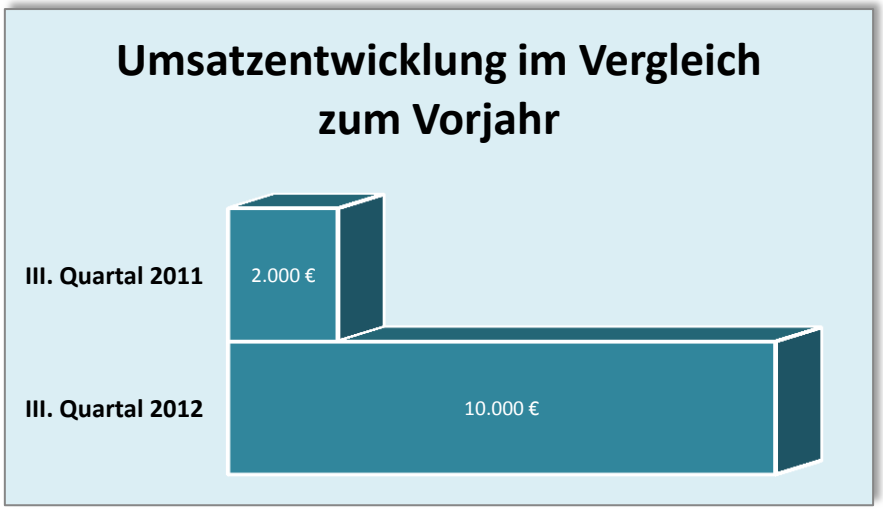
Social Commerce-Umsätze wachsen zweistellig

Berlin, Oktober 2012

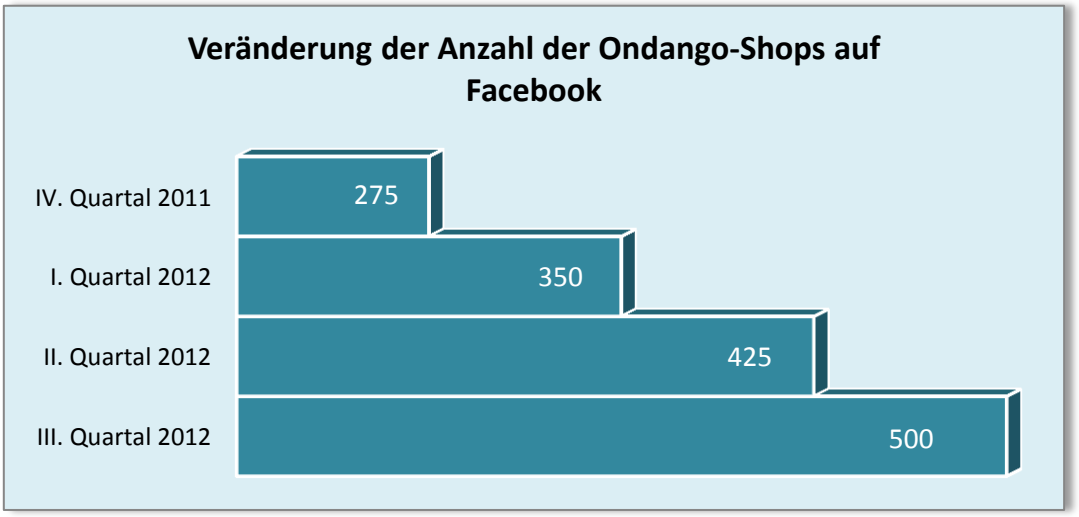
Social Commerce hat sich als feste Umsatzsäule etabliert. Laut einer Analyse des Berliner Unternehmens Ondango, dem führenden Anbieter für Online-Shops auf Facebook, lässt sich durch einen effizienten Einsatz von Social Commerce als zusätzlichen Absatzkanal eine Umsatzsteigerung von bis zu 80% erwirtschaften. Facebook ist damit die am meisten unterschätzte E-Commerce Plattform. Auffällig ist vor allem die hervorragende Konversionsrate, die im Durchschnitt 1,3 Prozent beträgt sowie in Spitzenwerten deutlich über 3 Prozent erreicht.



Quelle: Ondango Stand: 08.10.2012

Ondango bietet eine E-Commerce Lösung an, die es Onlinehändlern ermöglicht, ihre Produkte direkt über Facebook zu vermarkten. Das Unternehmen verbindet dadurch die beiden aktuellen Trends E-Commerce und Social Media zu Social Commerce. Der komplette Kaufprozess, von der Produktauswahl bis zum Kaufabschluss, erfolgt über die eigene Facebook-Seite. Das Einrichten und Betreiben eines Shops ist so einfach, dass sich dieser auch für Personen eignet, die keinerlei Erfahrungen mit dem Verkauf über das Internet haben. Zu Ondangos Kunden zählen unter anderem der FC Ingolstadt 04, das DJ-Duo AKA AKA, das Musiklabel Kling Klong Records sowie Joko und Klaas.

Aktuell gibt es bereits fast 500 Online-Shops von Ondango auf Facebook, Tendenz steigend. Im Vergleich zum Vorjahreswert ist die Anzahl der Shops um knapp 60% gestiegen. Unter den bestehenden Ondango-Shops sind vor allem die Segmente Musik, Mode, Einzelhandel und Sport vertreten. Das stärkste Segment ist mit Abstand der Bereich Musik Merchandising mit einem Anteil von 50% am Gesamtumsatz. Ein Online-Shop auf Facebook vertreibt durchschnittlich 16 Produkte, die zum Teil exklusiv für die Facebook-Fans des Unternehmens erhältlich sind. Es wurden bereits in mehreren Fällen durch einen gezielten Push auf Facebook innerhalb von nur wenigen Stunden Hunderte von Produkten verkauft. Die Zahl der Retouren ist dabei sehr gering, Zahlungsausfälle gibt es kaum.



Quelle: Ondango Stand: 08.10.2012

Als besonders interessant hat sich vor allem der Erfolg von Social Recommendation herausgestellt. Durchschnittlich empfiehlt ein Fünftel der Käufer das erworbene Produkt weiter. Dadurch kann eine breite Masse an potenziellen Kunden über Facebook erreicht werden. Beim Blick auf die Ergebnisse der Studie ist die Erweiterung der E-Commerce Aktivitäten auf Social Media Kanäle, wie Facebook, als sehr erfolgversprechend einzustufen.

Der nächste Social Commerce Report erscheint im Winter 2012/13.

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

schoesslers.com
Prof. Dr. Julia Schössler
Tel.: 0172/689 70 64
eMail: julia@schoesslers.com

© Ondango GmbH 2012