

„Der Österreicher ist ein sehr kritischer Kunde“

Gepostet in [News](#) • 5 Stunden alt • Geschrieben von [Manuel Stenger](#) • Keine Kommentare

Mariana Mill ist seit 2007 bei Zepter International als Projektleiterin für Europa im Bereich Vertrieb und Marketing tätig. Mit anderen Experten wird sie auf der **etailment WIEN Konferenz vom 23. bis 25. Februar 2015 beim Panel „Wer braucht noch den Handel – Produzenten vertreiben direkt“ diskutieren, welche Vorteile sich für den Händler beim direkten Vertrieb ergeben. Im Gespräch mit etailment.at erklärt Mill, was Österreich als Markt für Zepter International interessant macht und auf welche inhaltlichen Schwerpunkte Sie beim Panel eingehen möchte.**



Mariana Mill, Projektleiterin Europa und Leiterin des Online-Projekts bei Zepter: „Österreich ist ein modernes Land mit einer guten Einkommenschicht und einem hohen Bildungsniveau und nicht zu gross/überschaubar und macht es somit zu einem idealen Testmarkt. Dazu kommt noch, dass der Österreicher auch ein sehr kritischer Kunde ist: 'if you can make it here – you can make it everywhere.'“ (Foto: Zepter International)

etailment.at: Sie werden auf der **etailment WIEN Konferenz** das Panel **„Wer braucht noch den Handel? Produzenten vertreiben direkt“** bereichern. Welche inhaltlichen Schwerpunkte sind Ihnen wichtig beziehungsweise möchten Sie während der Diskussion gerne einbringen?

Mariana Mill: Die Verbindung zwischen stationärem Handel/Vertrieb und E-Commerce. Der Direktvertrieb ist einer der ältesten und kundenorientiertesten Vertriebsformen der Welt. Kein anderes Vertriebssystem geht so persönlich und maßgeschneidert auf den Kunden und seine individuellen Bedürfnisse ein. Da ist es natürlich auch nicht so einfach, diese Vertriebsform ins Internet zu transportieren.

etailment.at: Zepter International hat bisher auf Direktverkauf sowie stationäre Shops gesetzt. Mit [www.masterpiece-cookart.at](#) hat das Unternehmen nun auch einen Online-Store in Österreich gelauncht. Was hat Zepter zu dieser Entscheidung veranlasst?

Mariana Mill: Mit der Zeit „mitzugehen“, die Mitarbeiter zu unterstützen, schneller und leichter Kontakte zu knüpfen und Informationen zu versenden, ein transparentes Unternehmen zu sein, jederzeit verfügbar zu sein und auch neue Märkte zu erschließen.

etailment.at: Das Projekt befindet sich in Österreich in der Testphase und soll in weiteren Ländern ausgerollt werden. Wieso hat man sich bei dieser Testphase gerade für den österreichischen Markt entschieden?

Mariana Mill: Österreich ist ein modernes Land mit einer guten Einkommenschicht und einem hohen Bildungsniveau und nicht zu gross/überschaubar und macht es somit zu einem idealen Testmarkt. Dazu kommt noch, dass der Österreicher auch ein sehr kritischer Kunde ist: „if you can make it here – you can make it everywhere“.

etailment.at: Studien zufolge ist ungefähr jeder fünfte Onliner in Österreich ein „Mobile Shopper“. Ebenso ist die Produktinformation auf dem Smartphone vor dem Kauf oder

NEWSLETTER

Anrede: ▾

Vorname*:

Nachname*:

E-Mail*:

Anmelden Abmelden

etailment
Wien 2015
Die Zukunft des Commerce

LETZTE BEITRÄGE

Neue Speaker bei der etailment WIEN & Google Analytics Konferenz

„Der Österreicher ist ein sehr kritischer Kunde“

Schrei vor Glück – oder warum Zalando auf orange schwört

5. aCommerce Treffen: „Vom Neukunden zum Bestandskunden – Kundenbindung im eCommerce“

E-Commerce-Gütezeichen: Zertifizierung schafft Vertrauen und Sicherheit

LETZTE KOMMENTARE

Content Marketing Tools, Zielgruppenanalyse, E-Food bei Pfeiffer| Feedrückblick 3/2015 - TheAngryTeddy.com - Webmarketing Blog & Podcast bei „Wir wollen zum Marktführer im Bereich E-Commerce für Lebensmittel werden“

Kathi bei Starke Sprüche 2014: Die Flüche, Weisheiten, Ausflüchte, Ansagen und Drohungen der E-Commerce-Manager

Harald Schrefl bei Klagenfurt bekommt sein eigenes Online-Shopping-Stadtportal

David bei Zepter International launcht Online-Store in Österreich

Christoph Gruber bei Online-Brillenhändler Mister Spex kommt nach Österreich

direkt am Point of Sale von Bedeutung. Welche Rolle hat diese Entwicklung bei der Planung und Umsetzung des Online-Shops gespielt?

Mariana Mill: Das ist in unserem Fall nicht von so hoher Relevanz, weil wir weltweit ein einheitliches Preissystem und auch keine Outletware beziehungsweise Diskontware haben.

etailment.at: *Der Direktverkauf über Berater sowie stationäre Läden bietet dem Kunden die Möglichkeit, Produkte anzugreifen und zu testen. Welche Rolle soll der Onlinehandel im Verkauf spielen und welche Vorteile erwarten Sie sich davon?*

Mariana Mill: Offene Information und Transparenz für den Kunden, die Möglichkeit, einfach und bequem und 24 Stunden einzukaufen/zu bestellen. Der Kunde in Österreich ist nicht gerade ein „Spontankäufer“ in dieser Produktkategorie und schläft auch gerne einmal „eine Nacht darüber“ – somit hat der Kunde die Möglichkeit im Internet dann den Kauf zu tätigen.

etailment.at: *Die etailment WIEN Konferenz wird vom 23. bis 25. Februar 2015 das erste Mal stattfinden. Mit welchen persönlichen Erwartungen an die Konferenz nehmen Sie am Event teil?*

Mariana Mill: Neue und spannende Informationen, neue Ideen, Austausch, Denkanstöße, Horizonterweiterung und vieles mehr.

etailment.at: *Wenn Sie sich das bisherige Programm der etailment WIEN Konferenz ansehen: Gibt es Programmpunkte, auf die Sie sich besonders freuen?*

Mariana Mill: Ja, sehr viele und ich bin mir sicher, dass es eine sehr erfolgreiche und interessante Konferenz werden wird!

etailment.at: *Welche Ziele hat sich Zepter in Österreich für das 2015 gesetzt?*

Mariana Mill: Brandawareness zu steigern und mehr Österreicher für ein gesundes Leben zu sensibilisieren. Und zu informieren und ihnen zu zeigen, dass gesunde Ernährung und ein gesunder Lebensstil nicht langweilig und schwierig ist.

Mariana Mill ist eine von vielen hochkarätigen Teilnehmern bei der diesjährigen etailment WIEN Konferenz vom 23. bis 25. Februar 2015 im Austria Trend Hotel Savoyen. Das gesamte Programm können Sie unter [diesem Link](#) einsehen.

TAGS: [etailment WIEN Konferenz](#), [Mariana Mill](#), [Zepter International](#)

Like

Share

ähnliche Artikel



Neue Speaker bei der etailment WIEN & Google Analytics Konferenz

In etwas mehr als drei Wochen startet die etailment WIEN: Die dreitägige E-Commerce-Konferenz vom 23. bis 25. Februar 2015 wird Entwicklungen und...



5. aCommerce Treffen: „Vom Neukunden zum Bestandskunden – Kundenbindung im eCommerce“

Das fünfte aCommerce Online Händler Treffen am 29. Jänner 2015 bot erneut die Möglichkeit, durch interessante Vorträge zu lernen und anschließend...



„Österreich verfügt als Land der KMU über eine wichtige Zielgruppe von Mercateo“

Die etailment WIEN Konferenz findet vom 23. bis 25. Februar 2015 im Austria Trend Hotel Savoyen statt und wird aktuelle Trends und Entwicklungen im...

Antwort hinterlassen

Name (verpflichtend)

Kommentar