

WHITEPAPER

Wie Automatisierung deine Effizienz im Ecommerce steigert



shopstory 

Inhaltsverzeichnis

01	Einführung	Seite 1
02	Skalierbarkeit in den Schlüsselbereichen des Ecommerce	Seite 2
03	Kleine Teams vs. große Teams	Seite 3
04	Skalierungsstrategien für kleine Teams	Seite 5
05	Einsatz von Marketing Automation im Ecommerce	Seite 5
06	Fazit	Seite 8

Executive Summary

Skalierung ist für Ecommerce-Unternehmen unerlässlich, um heutzutage erfolgreich zu sein. In diesem Whitepaper werfen wir einen Blick auf die Bedeutung von Skalierbarkeit für kleine Teams und zeigen Strategien zur Überwindung gängiger Herausforderungen wie Ressourcenknappheit, betriebliche Engpässe, Marktwettbewerb und repetitive Aufgaben auf.

Skalierbare Praktiken in den Bereichen SEA, SEO, Social Media Ads, Reporting und Bestandsmanagement sind entscheidend, um einen Wettbewerbsvorteil zu erschließen oder zu halten. Wir stellen am Ende Shopstory vor, ein AI-gestütztes Tool zur Workflow-Automatisierung, das dazu dient, repetitive Aufgaben zu automatisieren, Marketingkampagnen auf Autopilot zu optimieren und Zeit zu sparen. So ermöglicht Shopstory kleinen und großen Teams effizient zu skalieren, ohne Programmierkenntnisse zu erfordern.

Mit diesen Strategien und Instrumenten können Ecommerce-Unternehmen nachhaltig wachsen, behalten aber die Agilität von kleineren Teams und können weiter um die Vorherrschaft in ihren jeweiligen Marktsegmenten kämpfen.

1. Einführung

Ecommerce-Unternehmen bewegen sich in einem dynamischen Umfeld, in dem Wachstum überlebenswichtig ist. Skalierung bedeutet, den Betrieb zu erweitern, um die steigende Nachfrage zu befriedigen, neue Zielgruppen oder Märkte zu erreichen und gleichzeitig die Rentabilität zu erhöhen. In diesem Whitepaper geht es um die Bedeutung von Skalierung im Ecommerce, die Herausforderungen, denen sich Ecommerce-Unternehmen hierbei stellen müssen, und darum, wie kleine Teams effizienter werden und strategisch skalieren können. Egal, ob du ein Einzelunternehmer, Teil eines schlanken oder eines größeren Teams bist, dieser Leitfaden zeigt wie du mehr aus deinen begrenzten Ressourcen holst.

Wachstum erfordert Beständigkeit, Agilität und Ausdauer, vor allem wenn die Ressourcen limitiert sind. Die Pandemie hat digitales Wachstum beschleunigt und eine beispiellose Expansion des Ecommerce in allen Branchen bewirkt. Im Jahr 2024 wird der Ecommerce-Umsatz 20,1 % des weltweiten Einzelhandelsumsatzes ausmachen ([Statista](#), 2024).

Es zeigt, dass eine Online-Präsenz zur Notwendigkeit für das Wachstum im Einzelhandel geworden ist. Kleine Unternehmen sind mit zusätzlichen Herausforderungen konfrontiert, wie z. B. Ressourcenknappheit und Multitasking-Anforderungen, die selbst engagierte Teams überfordern können.

Ecommerce ermöglicht es Unternehmen, über den physischen Standort hinauszugehen und neue Märkte zu erschließen. Onlineshopping hat sich mittlerweile derart nahtlos in den Alltag integriert, dass 87% der Konsumenten einen Kauf online beginnen ([BusinessDIT](#), 2024). Wenn du also einen kleinen Onlineshops betreibst oder mit dem Gedanken spielst, einen zu gründen, ist es von Vorteil, als Online-First-Unternehmen zu starten. Der weltweite Ecommerce-Markt wird im Jahr 2024 voraussichtlich 4.117,00 Mrd. US\$ erreichen, mit einer jährlichen Wachstumsrate von 9,49% (CAGR 2024-2029) und bis 2029 auf 6.478,00 Mrd. US\$ anwachsen ([Statista](#), 2024). Es ist zwar ein schwieriges Unterfangen, aber die potenziellen Gewinne machen die Überwindung dieser Hindernisse lohnenswert.



87%

der Konsumenten beginnen einen Kauf online ([BusinessDIT](#), 2024).

Herausforderungen bei der Skalierung im Ecommerce

Die Skalierbarkeit von Lösungen im Ecommerce und Marketing sind immer eine große Herausforderung. Einige der größten Herausforderungen beim Skalieren sind:

- **Limitierte Ressourcen:** Unternehmen, egal welcher Größe, haben oft mit limitierten Ressourcen zu kämpfen. Es ist daher eine ständige Herausforderung, die Wachstumsambitionen mit den begrenzten Ressourcen in Einklang zu bringen.
- **Operative Engpässe:** Durch Wachstum vervielfacht sich die betriebliche Komplexität und macht Bestandsmanagement, Auftragsabwicklung und Kundensupport zu zeitfressern.
- **Wettbewerbsfähigkeit:** Der Ecommerce-Markt ist hart umkämpft. Regelmäßig tauchen neue Anbieter auf, und die bestehenden entwickeln sich ständig weiter. Um die Nase vorn zu haben, braucht man Flexibilität, Anpassungsfähigkeit und ein gutes Verständnis der Marktdynamik.
- **Repetitive Aufgaben:** Wachstum führt zu einem Zustrom von repetitiven Aufgaben. Routineaufgaben halten dadurch von strategischen Entscheidungen ab, da diese oft zeitintensiv sind.

Mit klugen Strategien lassen sich Herausforderungen im B2B- und B2C-Ecommerce in Chancen verwandeln. Weltweit wird erwartet, dass der B2B Ecommerce bis 2026 ein Volumen von 36 Billionen US-Dollar erreicht, während der B2C Ecommerce bis 2027 voraussichtlich 5,5 Billionen US-Dollar erreichen wird ([Shopify](#), 2023). Profitables Wachstum ist der Schlüssel zu langfristigem Erfolg und erfordert einen strategischen Umgang mit limitierten Ressourcen und operativen Herausforderungen.

2. Skalierbarkeit von Schlüsselbereichen

Skalierbarkeit ist entscheidend für erfolgreiche Unternehmen. Sie ermöglicht effizientes Wachstum ermöglicht eine schnellere Anpassung an das dynamische Umfeld. Egal, ob du deinen Produktkatalog erweiterst, neue Märkte erschließt oder den Traffic steigern willst – Skalierbarkeit stellt sicher, dass du wettbewerbsfähig bleibst. Effiziente Arbeitsabläufe verhindern Engpässe, reduzieren Fehler und ermöglichen nachhaltiges Wachstum. Hier untersuchen wir die Möglichkeiten der Skalierbarkeit in wichtigen Ecommerce- und Marketingfunktionen:

- **Suchmaschinenwerbung (SEA):** Wirksame Suchmaschinenwerbung ist entscheidend für die Steigerung von Traffic und Conversions. Potenzielle Bereiche wären hier eine kontinuierliche Ausweitung von Keywords, automatisierte Gebotsstrategien, die effiziente Nutzung von Budgets und die automatische Optimierung von Kampagnen.
- **Suchmaschinenoptimierung (SEO):** Die organische Sichtbarkeit ist ein entscheidendes zweites Standbein für kostenlosen Traffic. Wie skalierbar sind aber gerade bei großen Websites, die Inhalte auf gut platzierte Keywords auszurichten, Produkttitel und -beschreibungen in großem Umfang zu optimieren oder Content basierend auf Suchanfragen zu produzieren?

- **Werbung auf Social Media:** Anzeigen auf Social Media sind für einen umfassenden Werbemix unerlässlich. Repetitive Anpassungen, wie beispielsweise die Erhöhung/Reduzierung der Budgets oder das automatische Pausieren von Anzeigen mit schlechter Leistung sind schwer skalierbar.
- **Reporting:** Datenerfassung und das Anlegen konsolidierter Reports, vor allem Kanalübergreifend, sind echte Zeitfresser. Automatisiertes Reporting spart nicht nur viel Zeit, es verhindert auch Frust.
- **Bestandsmanagement:** Wenn das Bestellvolumen steigt, wird eine effiziente Bestandsverwaltung immer wichtiger. Systeme, die dich über niedrige Bestände oder fehlende Produktdaten informieren oder die Shopsysteme synchronisieren (z. B. Shopify mit Google Shopping), verhindern Fehlbestände und sorgen für Produkttransparenz. Optimierte Bestandsverwaltungssysteme unterstützen die Skalierbarkeit, indem sie für einen reibungslosen Betrieb sorgen und auf Nachfrageschwankungen reagieren.

Selbstverständlich gibt es viele weitere Bereiche, die über die genannten Bereiche hinausgehen. Die Automatisierung von repetitiven Aufgaben und Optimierungen sind wichtig, um die Verschwendung von Werbebudgets zu verhindern und limitierte Ressourcen optimal zu nutzen. Dies kann durch organisierte Teams mit klaren Strategien und den Einsatz von AI, Technologie und Marketing-Tools erreicht werden. Diese Ressourcen steigern die Effizienz und ermöglichen es Unternehmen, sich auf strategische Initiativen statt auf banale Routineaufgaben zu konzentrieren. Weiteres zur Nutzung von Technologien zur automatisierten Optimierung wird später in diesem Whitepaper erörtert.

3. Kleine Teams vs. große Teams

Kleine und mittelgroße Unternehmen (KMUs) spielen eine wichtige Rolle für die Wirtschaft. Sie haben in der Regel weniger als 250 Beschäftigte und machen weltweit bis zu 90 % der Unternehmen und über 50 % der Arbeitsplätze aus ([World Bank](#), 2019). Außerdem tragen KMUs in den meisten Ländern und Schwellenländern zu mehr als 50 % des BIP bei ([ILO](#), 2014).

Während großen Teams vermeindlich größere Ressourcen zur Verfügung stehen, zeichnen sich kleinere Teams häufig durch Innovation und Anpassungsfähigkeit aus. Sie sind weniger träge und nutzen ihre Agilität zu ihrem Vorteil. Im Folgenden wollen wir einige ihrer Vorteile näher beleuchten.

Schnellere Entscheidungen

Mit weniger Hierarchieebenen können schlanke Teams schnell umschwenken und wichtige Entscheidungen treffen, ohne sich in Meeting-Schleifen zu verlieren. Stell dir ein kleines Ecommerce-Startup vor, das sein Produktangebot auf der Grundlage von Marktrückmeldungen in Echtzeit anpasst – keine langwierigen Genehmigungsverfahren, keine endlosen Sitzungen und wenige Stakeholder. Die Fähigkeit, entschlossen und schnell zu handeln, verschafft schlanken Teams oft einen Wettbewerbsvorteil.

Geringere indirekte Kosten

Schlanke Strukturen bedeuten geringere Kosten. Kleine Teams arbeiten effizient und minimieren unnötige Kosten. In einem schlanken Team hat jeder eine Vielzahl von Verantwortlichkeiten – diese Flexibilität spart nicht nur Geld, sondern fördert auch das Gefühl von Eigenverantwortung.

Hohe Flexibilität

Agilität ist wohl der größte Vorteil kleiner Teams. Wenn Marktdynamiken es erfordern, können kleinere Teams schneller mobilisieren und schneller umschwenken. Egal, ob es sich um einen plötzlichen Trend, den Schritt eines Konkurrenten oder eine globale Krise handelt, Lean-Teams passen sich an. Ihre Größe erlaubt es ihnen, zu experimentieren, zu iterieren und schnell zu reagieren.

Agile Innovation

Lean-Teams zeichnen sich durch Kreativität und Innovation aus. Ihre geringe Größe ermöglicht ein kooperatives Umfeld, in dem Ideen schnell ausgetauscht und umgesetzt werden können. Dies fördert den Innovationsgeist, da die Teammitglieder ermutigt werden, über den Tellerrand zu schauen und zur Problemlösung beizutragen. Der enge Zusammenhalt von Lean-Teams bedeutet, dass neue Ideen ohne die in größeren Organisationen üblichen Verzögerungen durch Abstimmungen schnell getestet und umgesetzt werden können.

Nehmen wir zum Beispiel Shopify. Das Unternehmen begann mit einem kleinen Team von nur drei Personen, was schnelle Iterationen ermöglichte und zu einer benutzerfreundlichen Plattform führte, die heute über eine Millionen Unternehmen nutzen. Im Gegensatz dazu haben größere Teams wie Amazon aufgrund ihrer schieren Größe Schwierigkeiten, die Richtung zu ändern. Ein weiteres Beispiel ist Etsy, dessen Erfolg auf seinem schlanken Ansatz beruht. Die kleine Teamkultur von Etsy fördert Kreativität, personalisierte Kundenerlebnisse und die schnelle Entwicklung von Features. Diese agilen Underdogs beweisen, dass Größe nicht alles ist.

Lean-Teams zeichnen sich durch Kreativität, Anpassungsfähigkeit und effiziente Entscheidungsfindung aus und beweisen auf beeindruckende Weise, dass der unternehmerische Erfolg nicht nur von der Teamgröße abhängt.



19

Arbeitstage werden pro Jahr, pro Angestelltem, an Aufgaben verschwendet, die automatisiert sein könnten ([Clockify](#), 2021).

4. Skalierungsstrategien für kleine Teams

Die rasante Expansion von Ecommerce hat die Einzelhandelslandschaft verändert: Der weltweite Umsatz erreichte 2023 5,8 Billionen US-Dollar und wird bis 2027 voraussichtlich 8 Billionen US-Dollar übersteigen ([Statista](#), 2024). Dieses Wachstum bietet kleinen Ecommerce-Teams, die effektiv skalieren wollen, sowohl Chancen als auch Herausforderungen. Wie können agile Teams z.B. ein nachhaltiges Wachstum erreichen, ohne Kompromisse bei der Qualität oder Effizienz einzugehen?

- 1. Prioritäten setzen:** Kleine Teams sollten sich auf Aufgaben konzentrieren, die für den Umsatz und die Kundenzufriedenheit von großer Bedeutung sind. Projektmanagement ist entscheidend; verzögere, lagere aus oder delegiere Tätigkeiten, die nicht zum Kerngeschäft gehören, um möglichst Effizient zu sein. Überprüfe und optimiere regelmäßig die Geschäftsprozesse.
- 2. Funktionsübergreifende Zusammenarbeit:** Brich Abteilungssilos auf und fördere das Wachstum. Die Förderung der Zusammenarbeit zwischen Marketing, Vertrieb, Betrieb und anderen Bereichen fördert die gemeinsame Nutzung von Wissen und Ressourcen. Das führt zu neuen Perspektiven, Synergien und Wachstumschancen.
- 3. Kundenbindung:** Die Gewinnung neuer Kunden ist wichtig, aber die Bindung bestehender Kunden ist noch wichtiger (und kostengünstiger). Kleine Teams können ihre Wirkung maximieren, indem sie sich auf die Kundenbindung konzentrieren. Ein großartiges Produkt, ein persönlicher Kundenservice und Treueprogramme mit Mehrwert bauen dauerhafte Beziehungen auf.
- 4. Outsourcing:** Lagere Funktionen aus, die nicht zum Kerngeschäft gehören, wie Kundensupport oder Webentwicklung, um dich auf deine Kernkompetenzen wie Produktentwicklung und strategische Planung zu konzentrieren.
- 5. Technologie nutzen:** Setze Technologie und Automatisierungstools ein, um repetitive Aufgaben zu automatisieren und die Effizienz deines Teams zu steigern. Wähle Technologien aus, die zu den spezifischen Bedürfnissen und dem Wachstumskurs des Teams passen.

Diese Strategien stellen sicher, dass kleine Teams die Komplexität des Ecommerce mit einer klareren Vision bewältigen, effizient skalieren und flexibel bleiben. Indem sie sich auf ihre Kernkompetenzen konzentrieren und Technologien nutzen, können sie in der sich wandelnden Ecommerce-Landschaft erfolgreich sein. Als Nächstes wollen wir uns ansehen, welche Rolle Marketing Automation für den Erfolg im Ecommerce spielt.

5. Mache dir Marketing Automation zu Nutze

Marketing Automation ist ein mächtiges - und oft unterschätztes - Werkzeug für Onlineshops, besonders für kleinere Teams. Als Ecommerce-Unternehmen kennst du die komplizierten Aufgaben, die mit der Verwaltung deines Onlineshops verbunden sind. Von Bestandsaktualisierungen bis hin zu Marketingkampagnen - die sich wöchentlich wiederholenden Aufgaben sind endlos. Durch die Automatisierung solcher Aufgaben können Teams wertvolle Zeit freisetzen, Fehler reduzieren

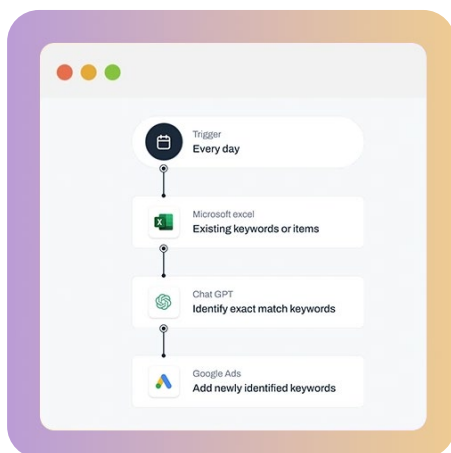
und sich auf strategische Aktivitäten konzentrieren. Tatsächlich wird erwartet, dass der Marktwert für Workflow-Automatisierung im Jahr 2025 18,45 Milliarden US-Dollar erreichen wird, wobei 59% der Nutzer/innen einen positiven ROI melden ([Gitnux, 2024](#)). Von denjenigen, die bereits Automatisierungstools einsetzen, berichten etwa 75% der Unternehmen, dass die Workflow-Automatisierung ihnen einen starken Wettbewerbsvorteil verschafft ([Gitnux, 2024](#)).

Drei solcher Tools sind Zapier, Make und Shopstory. Alle bieten eine breite Palette an einzigartigen Automatisierungsfunktionen. Zapier verbindet über 6.000 Apps und automatisiert Aufgaben wie die Datenübertragung zwischen Tools. Make kann dir bei der Erstellung komplexerer Automatisierungen helfen, ist aber nicht immer so einfach zu bedienen. Shopstory, das speziell für Ecommerce und Marketing entwickelt wurde, geht über einfache Datenübertragungen hinaus und ermöglicht Onlineshops ihre Prozesse zu automatisieren - ohne eine Zeile Code. Unser [Vergleich zwischen Zapier, Make und Shopstory](#) hilft dir bei der Auswahl des richtigen Tools für deine Bedürfnisse.

Die Kernfunktionen von Shopstory

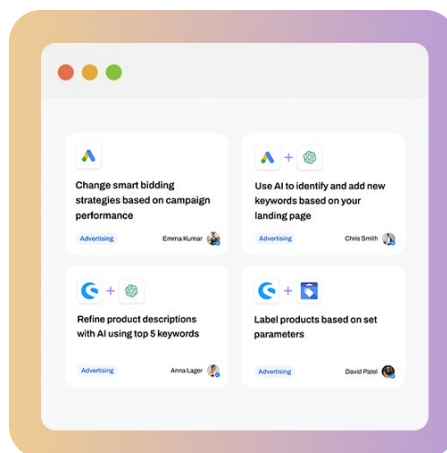
Die No-Code-Plattform von Shopstory verbindet Top-Tools und Onlineshops (wie Shopify, WooCommerce und Shopware) und ermöglicht es dir, wichtige Aufgaben im Ecommerce und Marketing zu automatisieren. Zu den wichtigsten Features der Software gehören:

Baue Flows



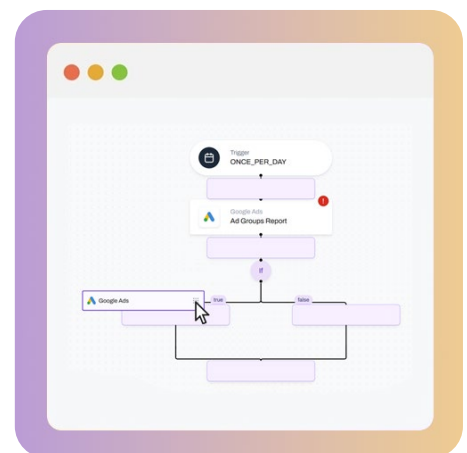
Bereits gewusst? Die Automatisierungen, die du in Shopstory baust heißen „Flows“.

Flow Library



Du weißt nicht wo du starten sollst? Shopstory's Flow Library ist voll von vorgefertigten Flows.

Drag & Drop Flow Builder



Du willst selbst bauen? Der Drag & Drop Flow Builder macht es spielend einfach.

Die Kernfunktionen von Shopstory sorgen dafür, dass du für die Automatisierung deiner repetitiven Aufgaben keine einzige Zeile Code oder Programmierkenntnisse mehr benötigst. Klingt schon toll? Das ist aber noch lange nicht alles.

AI Assistent

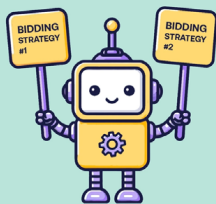


Vielleicht hast du schon von ihm gehört. Wir müssen ihm noch einen richtigen Namen geben, aber unsere neueste Innovation ist unser KI-Assistent. Er ermöglicht dir in natürlicher Sprache mit Shopstory zu interagieren. Du kommst bei der Verwendung des Flow Builders nicht weiter oder bist es leid, in unserer Flow Library nach Flows zu suchen? Dann rufe jederzeit unseren KI-Assistenten herbei und lass ihn für dich zaubern. Er ist dein persönlicher Assistent in Shopstory und beantwortet deine Fragen, versteht deine Herausforderungen und schlägt existierende Flows vor, um diese zu automatisieren – oder beginnt direkt mit der Erstellung von Flows

Beispiele für Automatisierungen in Shopstory

Genug geredet – lass uns von der Theorie zur Praxis übergehen und einen Blick auf die Möglichkeiten werfen. Im Folgenden siehst du Beispiele für Flows zur Automatisierung, die Shopstory in verschiedenen Bereichen unterstützt, darunter SEA, SEO, Social Ads, Reports und Ecommerce.

Autopilot für Gebotsstrategien in Google Ads



Optimiere Gebotsstrategien für Suchkampagnen auf der Grundlage vorgegebener Schwellenwerte.

[MEHR ERFAHREN](#)

Generiere neue Produktbeschreibungen



Generiere mit ChatGPT neue Produktbeschreibungen, basierend auf den wichtigsten Suchanfragen.

[MEHR ERFAHREN](#)

Pausiere Ad-Sets mit schlechter Leistung



Lasse schlecht performende Ad-Sets anhand von Kriterien pausieren, um dein Budget optimal zu nutzen.

[MEHR ERFAHREN](#)

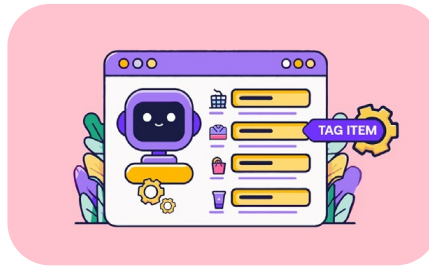
Report über deine Top-100 Produkte



Ein Report über deine Top-100-Produkte auf der Grundlage der Conversions der letzten 365 Tage.

MEHR ERFAHREN

Labelizer: Kategorisiere Produkte nach Leistung



Lasse deine Produkte automatisch basierend auf der Anzahl ihrer Verkäufe in bestimmte Kategorien labeln.

MEHR ERFAHREN

Leitfaden: Wie du 2024 einen Onlineshop führst



Entdecke unseren Leitfaden, der 12 Strategien für den erfolgreichen Betrieb eines Onlineshops zeigt.

MEHR ERFAHREN

Die Investition in die Marketing Automation lohnt sich: 61% der Unternehmen sehen innerhalb von sechs Monaten einen Return on Investment, und diejenigen, die Marketing Automation einsetzen, berichten von einer 80%igen Steigerung der Leadqualität ([Oracle](#), 2022). Denk auch an das Wohlbefinden der Mitarbeiter: 65% der Wissensarbeiter empfinden weniger Stress bei der Arbeit, wenn manuelle Aufgaben automatisiert werden ([Zapier](#), 2021). Durch die Integration der automatisierten Flows von Shopstory können deine Teams bessere Ergebnisse in kürzerer Zeit erzielen, sich auf das Wachstum und strategische Themen konzentrieren, die Qualität der Leads verbessern und ein produktiveres, weniger stressiges Arbeitsumfeld schaffen.

6. Fazit

Skalierbares Wachstum im Ecommerce ist ein komplexes, aber lohnendes Unterfangen. Für kleine Teams bedeutet es, Hindernisse in Stärken umzuwandeln, Agilität zu nutzen und sich auf die wichtigsten Aufgaben zu konzentrieren. Automatisierungstools spielen dabei eine zentrale Rolle, denn sie ermöglichen es Teams, repetitive Aufgaben zu automatisieren, Kampagnen zu optimieren und datengestützte Entscheidungen zu treffen. Hole dank skalierbarer Automatisierung noch mehr aus deinem Team, egal wie groß es ist, und steigere so eure Effizienz.

Mit dem richtigen Ansatz und den richtigen Tools können Teams schneller als je zuvor skalieren, Aktionen auf der Grundlage von Echtzeitdaten planen und Marketingkampagnen mit Hilfe von Best Practices der Branche auf Autopilot optimieren. Shopstory ermöglicht es jedem im Team, sich frei von repetitiven Routineaufgaben zu machen und Zeit für die wirklich wichtigen Dinge zu gewinnen - ohne dass Programmierkenntnisse erforderlich sind.

Mehr **über unsere Software** erfahren?

MEHR ERFAHREN



scan mich

Du willst mal **die Software** ansehen?

VIDEO ANSEHEN



scan mich

Willst du die Software mal **kostenlos testen**?

KOSTENLOS TESTEN



scan mich

shopstory

Shopstory (www.shopstory.ai) wurde im September 2020 von den beiden Gründern Sebastian Schwelle (CEO) und Robert Böhm (CFO) in Wien gegründet und agierte bis 2022 noch unter dem Namen boomerank. Das Unternehmen hat es sich zur Aufgabe gemacht, den Ecommerce für alle zugänglicher und fairer zu machen. Shopstory hat die nächste Generation einer No-Code Automation Plattform für Ecommerce und Marketing entwickelt, die Onlineshops und Marketern dabei hilft ohne Programmierkenntnisse ihre Aufgaben zu automatisieren.



ZU DEN SUCCESS STORIES

Vergiss nicht Shopstory zu folgen

