



WOO

WOOCOMMERCE UND DIE ZUKUNFT DES KLEINSTRUKTURIERTEN HANDELS



FILIAL  
**SOLINGER STAHLWAREN**

FEIN-HOHLSCHLEIFEREI

Z

UND  
**LORENZI**

MESSERSCHMIEDWAREN

LANE



VERBODEN TOEGANG  
WEDSTROMMEL  
WEDSTROMMEL



# LORENZI

feinste Stahlwaren & Schleiferei - seit 1835

39  
Sebestianergasse

ERNGASSE 39





# PERSON - UNTERNEHMEN - PROJEKT

## Andreas Lorenzi

- Studium der BWL
- seit **2005** Einzelunternehmer: Übernahme des Familienbetriebs
- **2008** erste Firmenseite mit Adobe GoLive
- **2016** Wechsel auf WordPress (mit Custom Theme auf Basis des alten Designs...) :-/
- **2020** kompletter Relaunch der Seite & Start des Online-Shops :-)

<https://lorenzi.co.at>

- seit **2021** Masterlehrgang "Digital Business"



## GALERIE

- Präsentationen
- Meets & Greets
- Workshops



## HANDWERK

- Schleifservice
- Gravuren



## HANDEL

- Einzelhandel
- Großhandel



# EINSCHUB: DIE EVOLUTION DES EINZELHANDELS

Single Channel



# DIE PRÄMISSEN/RANDBEDINGUNGEN

- Make or Buy?  
→ **MAKE!**
- Design follows Function!  
→ **MULTIPURPOSE E-COMMERCE-THEME:  
FLATSOME**
- Online-Shop ist niemals “fertig”!  
→ **START EINES PROZESSES +  
NEUEN GESCHÄFTSBEREICHES!**







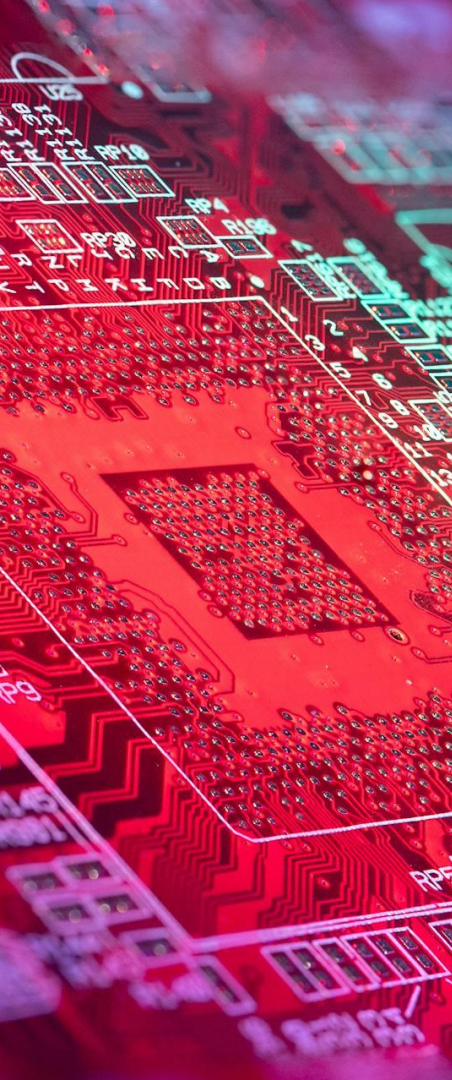
## DIE ZIELE

- **Online-Abdeckung** möglichst aller **Geschäftsbereiche**
  - Einzelhandel
  - Großhandel
  - Schleifservice
  - Schärfkurse
- **Elemente einer Unternehmenswebseite**
  - Über uns & Geschichte
  - Presse & Social Proof
  - Galerie Scharf-Sinn
  - Firmenblog & Social Media
- **Konvergenz von Offline & Online**  
**→ NICHT KOEXISTENZ!**

# ZEITLICHER ABLAUF

- **April 2020** (erster Corona-Lockdown)
  - Einarbeitung in Neuinstallation (Nov. 2019)
  - Start Marktanalyse ([builtwith.com](https://builtwith.com))
- **Sommer/Herbst 2020**
  - Entwicklung Seitenlayout
  - Plugin-Recherche & Inbetriebnahme
  - Abstecken der Produkteigenschaften → **FÜR FILTER!**
  - Prozessentwicklung für Produkteinpfege
- **November 2020**
  - Livegang der Seite mit knapp 300 Produkten





## HERAUSFORDERUNGEN: TECHNIK

- **Fehlende Funktionalität?!**
  - großer Vorteil von WordPress/WooCommerce:  
→ **FÜR FAST ALLES MEHRERE PLUGIN-LÖSUNGEN!**
  - großer Nachteil von WordPress/WooCommerce:  
→ **FÜR FAST ALLES MEHRERE PLUGIN-LÖSUNGEN!**
  - Besser: Code-Sippets! (wo immer möglich)  
→ **WEBSUCHE, PROFI-HILFE BZW. CHATGPT!**
- **Wie überzeugende UX sicherstellen?**

# LÖSUNGEN: TECHNIK I

- **ca. 50 (!) aktive Plugins, u.a.**
  - **Germanized** (3 Plugins: Basis, Pro, One-Stop-Shop)
  - Loco Translate (& Language Fallback!)
  - Real Media Library (> 20k Bilder!)
  - **WP Sheet Editor (!!!)**
  - Warenkosten für WooCommerce Pro (?!)
  - **Post Label Center Plugin**
  - WooCommerce Wholesale Prices Premium
    - User Switching & User Role Editor
  - Google Analytics, Matomo, Borlabs Cookie
  - WP Rocket, Redis Cache
  - ...



# LÖSUNGEN: TECHNIK II

- ca. 15 Code-Snippets (ca. 300 Zeilen Code), u.a.
  - Hide Product Category Count
  - **Marke (Attribut) bei Produkt-Metadaten anzeigen**
  - Shortcode für Produkt-Lagerbestand
  - **Custom-Dropdown für Markenauswahl**
  - **Markenblöcke in Filteransicht anzeigen**
  - Stock in Shop Loop anzeigen
  - Nicht lagernde Produkte bei den related\_products ausblenden
  - Produktreihenfolge per Quick-Edit einstellen
  - **Cross-Sell-Produkte auf Produktdetailseite statt Kassa anzeigen**



# LÖSUNGEN: TECHNIK III

- **UX: Filter nach Produktattributen**  
(interne layered navigation)
- **Hosting**  
shared Hosting → managed Server
- **Analysen & Speedtests**  
mit Lighthouse, GTmetrix, ubersuggest, ...
- **automatisierte Backups**  
per Cronjob-gesteuerten PHP-Skripten (!!!)
- **Staging Umgebungen/Clone**  
für Testzwecke



# HERAUSFORDERUNGEN: GESCHÄFTSPROZESSE

- keine Warenwirtschaft bisher  
→ CA. 5K BIS 10K PRODUKTE!
- verschiedene Geschäftsbereiche
- > 100 Marken (von 50+ Lieferanten)
  - SKUs?
  - Produktattribute?
  - Produktbeschreibungen??
  - Produktbilder??
- keine/zu wenig Manpower für Produkteinpfege
- keine Verbindung von Online-Shop und Registrierkassa
- Omni Channel - einige Kanäle & Märkte "unzugänglich":
  - FB & Instagram Shopping, Amazon,
  - rechtliche Situation!

# LÖSUNGEN: GESCHÄFTSPROZESSE I

- **WooCommerce als WAWI** (Probleme mit z.B. JTL)
- **Online-Abbildung von:**
  - Einzelhandel & Großhandel
  - Schleifservice & Schärfkurse
  - Pre-Loved & Pre-Order
- **Prozessfestlegung zur Produkteinpfege**
  - **EXKLUSIVE, EIGENE 20H TEILZEITKRAFT**
- **manueller Abgleich zwischen Kassa & Shop**
  - mühsam aber robust:
  - Nachbestellungen & Nach-Reihungen



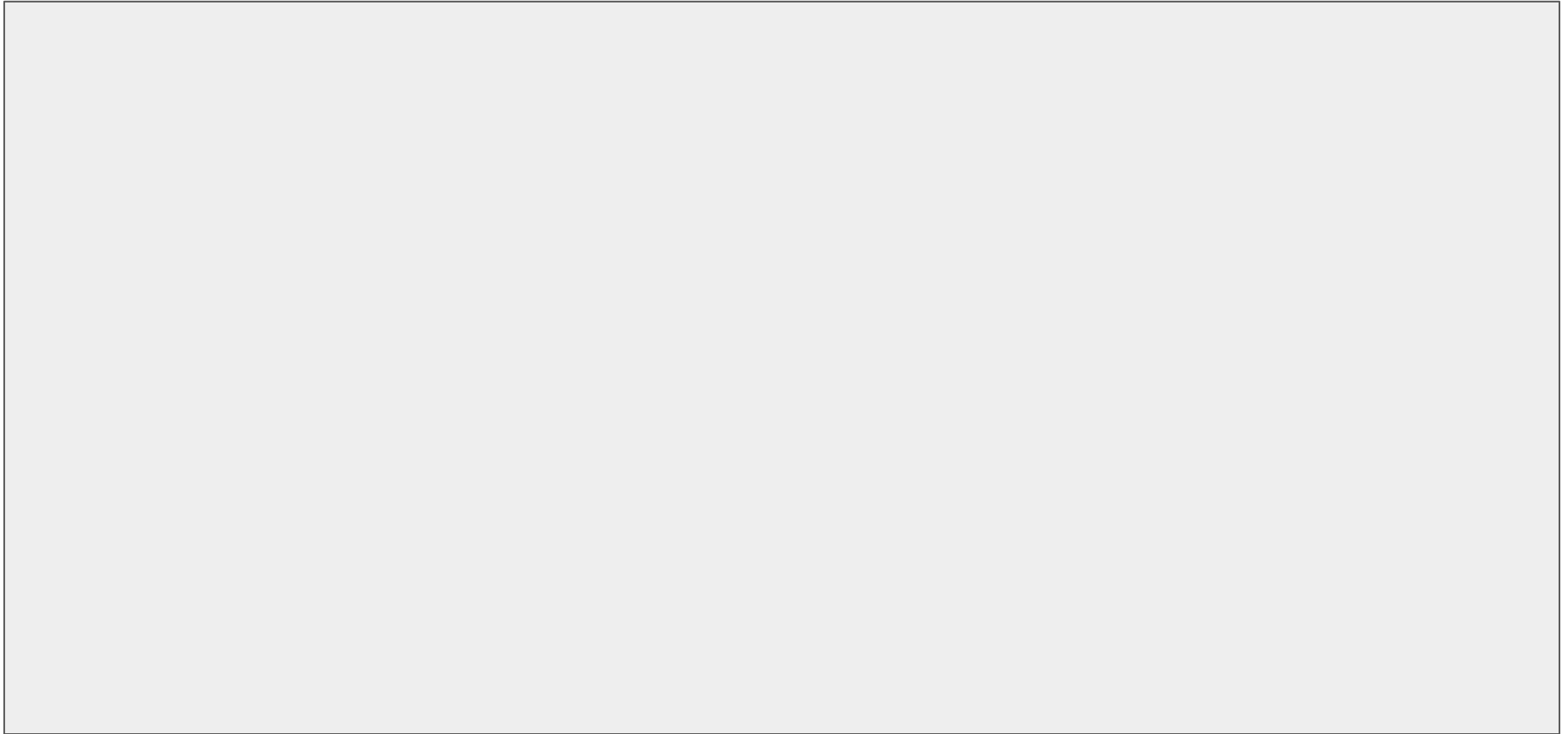


# LÖSUNGEN: GESCHÄFTSPROZESSE II

- **Omni Channel:** → **MUT ZUR LÜCKE!**
  - Produkt Feed per Plugin, z.b. Product Feed Manager (RexTheme)
  - Facebook & Instagram Feed auf Seite (Smash Ballon)
  - Instagram-Landingpage im Eigenbau (analog zu LinkinBio, Linktree,...)
  - YouTube Produkt-Kurzvideos
- **Gutscheinverwaltung** zentral mit WooCommerce
- **Großhandelsbestellungen** (oft per E-Mail/Tel.)
  - Workaround mit User Switching
- **Sale/Aktionen** per Eigenschaft "Aktion = Sale" (Archiv & Filter!)

# ERGEBNISSE + ERFOLGE I - "ONLINE+"

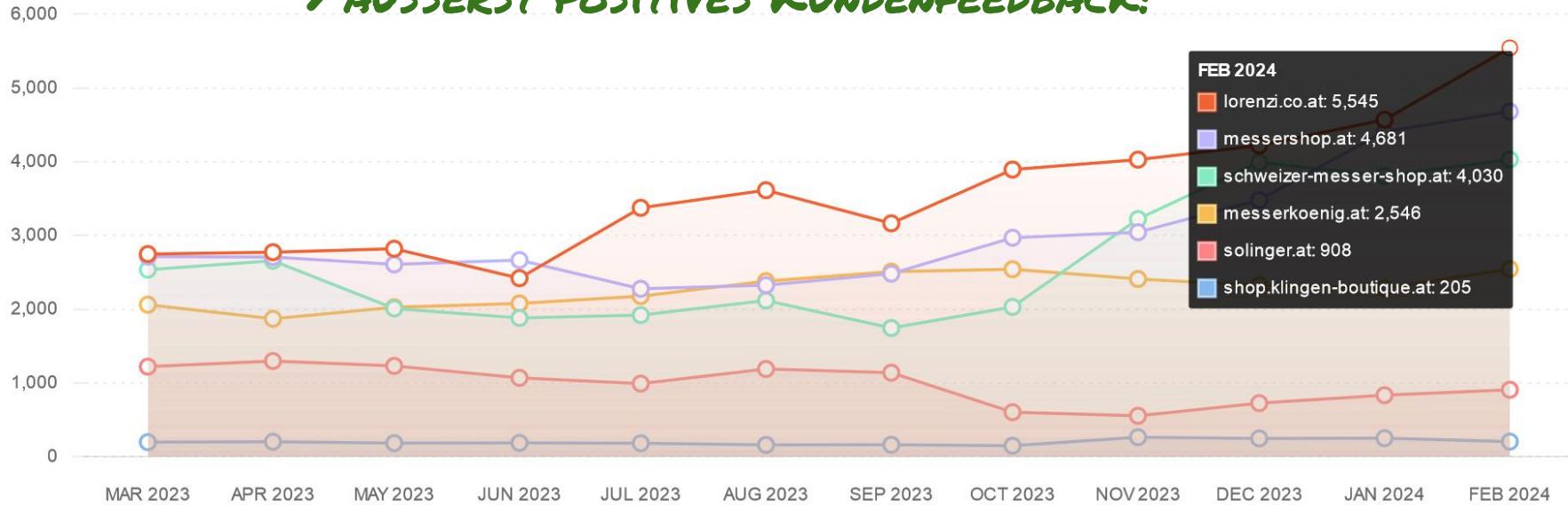
# ERGEBNISSE + ERFOLGE II - GESAMTUMSATZ



# ERGEBNISSE + ERFOLGE III - COMPETITOR TRACKING\*

## ORGANIC TRAFFIC

→ ÄUSSERST POSITIVES KUNDENFEEDBACK!



\*Quelle: ubersuggest

# IST-STAND (03/2024)

- WordPress: 6.4.3
- WooCommerce: 8.7.0
- PHP: 8.2.16
- DB-Größe: ca. 900MB
- attachments: 20676
- pages: 182
- posts: 23
- **products: 3908**
- shop\_orders: 3160
- active plugins: 52
- hours/coffes: ??? ;-)

Kurzstatistik <span>↻</span> <span>▲</span>		
● Zurzeit online: 2		
Zeit	Besucher	Aufrufe
Heute	355	1.872
Gestern	339	2.269
Last week	3.199	20.430
Die letzten 7 Tage:	2.896	17.116
Last 30 days	12.398	74.234
Last 60 days	23.324	144.130
Last 90 days	35.168	221.203
Last 12 months	120.793	751.367
This year (Jan-Today)	35.168	221.203
Last year	105.659	661.641
Gesamt	237.582	1.655.544

Mobil

Computer

So sieht die Leistung auf der Nutzerseite aus

[Diese URL](#) [Ursprung](#)



Core Web Vitals-Bewertung: **bestanden** [?](#)

[Ansicht maximieren](#)

**Largest Contentful Paint (LCP)**

1,4 s



**Interaction to Next Paint (INP)**

57 ms



**Cumulative Layout Shift (CLS)**

0



ANDERE WICHTIGE MESSWERTE

**First Contentful Paint (FCP)**

1,1 s



**First Input Delay (FID)**

–



**Time to First Byte (TTFB)**

0,7 s



Letzter 28-tägiger Erhebungszeitraum

Verschiedene Desktop-Geräte

Viele Stichproben ([Chrome-UX-Bericht](#))

Dauer vollständiger Websitebesuche

Verschiedene Netzwerkverbindungen

Alle Chrome-Versionen

Leistungsprobleme diagnostizieren

82

Leistung

83

Barrierefreiheit

74

Best Practices

100

SEO

# SOCIAL MEDIA KANÄLE



Facebook

<https://facebook.com/lorenzi.co.at>

2.663 Follower :- ) → **SO WEIT SO GUT...**



Instagram

[https://instagram.com/lorenzi\\_feinste\\_stahlwaren](https://instagram.com/lorenzi_feinste_stahlwaren)

1.214 Follower :-/ → **AUSBAUBAR!**



Youtube

<https://www.youtube.com/channel/UChzK3cm1ishm7XBIAWPJQGw>

222 Abonnenten :- ( → **STARK AUSBAUBAR!!**



## TIPPS + TRICKS

- **Marketing Stunts / Growth Hacking**

- frühzeitiges Einpflegen von gehypten, neuen Produkten → **VORAUSSVERKAUF!**
- Influencermarketing
- Gamification

- **SEO / Sichtbarkeit → UNTERNEHMENSPROFILE!**

- Google Search (>90% Marktanteil)
- Bing (Suchmaschine von ChatGPT!)
- Apple Maps (Apple Business Connect)
- **UX > SEO**

- ~~SEA / Social Media Advertising~~ → **WENN'S GEHT!**



# LESSONS LEARNED I

- **Lernkurve(n)**
  - Woo & ...
    - Online-Strategie
    - Workflow-Entwicklung
    - Marketing-Basics
    - Code-Basics (HTML, CSS, PHP, ...)
    - ...
- **Iterative Entwicklung / Continuous Improvement**
- **vs.**
- **Feature Creep**





## LESSONS LEARNED II

- **Wartungsaufwand (!)**
  - Hmm... :-/
- **Kosten (?!)**
  - **ca. EUR 3.500,- p.a. / ca. EUR 300,- p.m.**
    - sämtliche Plugins (ca. 20 “Pro”-Plugins)
    - Managed Server & Domaingebühr
    - SEO-Analyse Software (ubersuggest)
    - Sucuri-Site Security



## LESSONS LEARNED III

- “Entscheidungsüberlastung” → **ACHTUNG!**
  - Design/Theme
  - Hosting
  - Plugins
  - ...
- Ist Woo für mich / meinen Shop geeignet?
- **BZW.:**
- Bin ich für Woo geeignet?
- Agenturlösung ?!

**BESTEN DANK FÜR DIE AUFMERKSAMKEIT -  
UND NUN HER MIT EUREN FRAGEN!**

