



Woo

WOOCOMMERCE UND DIE ZUKUNFT DES KLEINSTRUKTURIERTEN HANDELS



FILIALFIRMEN
SOLINGER STAHLWAREN

FEIN-HOHLSCHLEIFEREI

Z^{UND}

LORENZI

MESSERSCHMIEDWAREN

LANEER



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!**





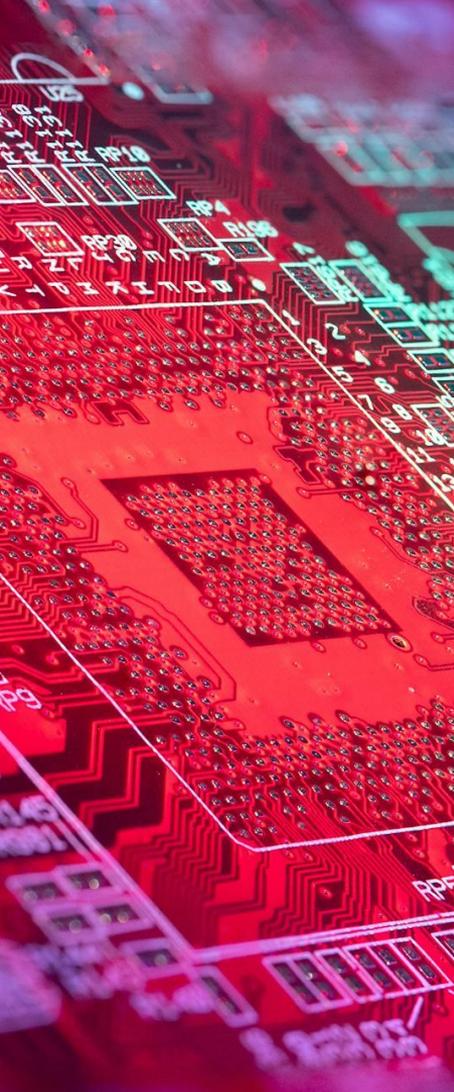
DIE ZIELE

- **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)
- **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 Produkteinpflege**
 - **EXKLUSIVE, EIGENE 20H TEILZEITKRAFT**
- **manueller Abgleich zwischen Kassa & Shop**
 - mühsam aber robust:
 - Nachbestellungen & Nach-Reihungen

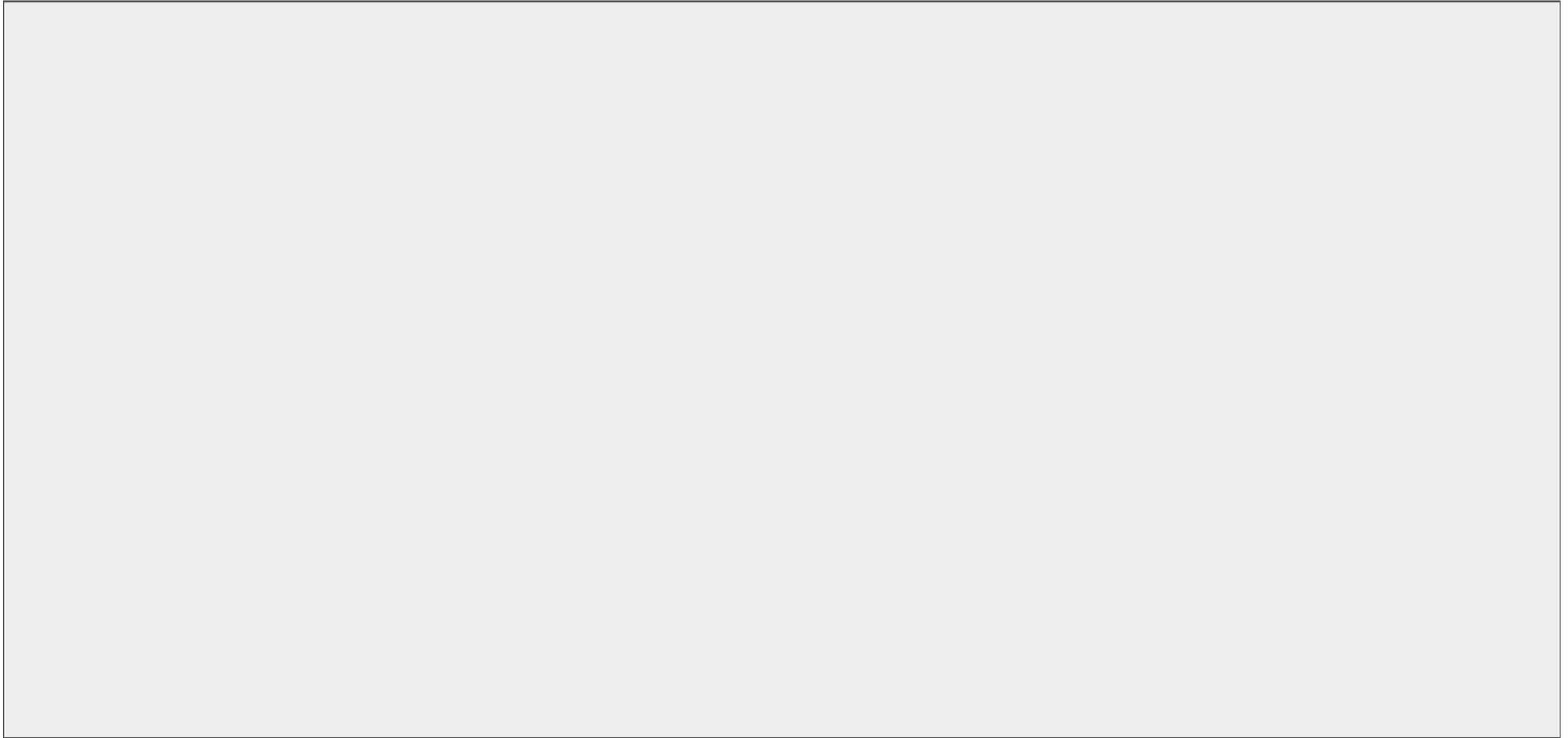


LÖSUNGEN: GESCHÄFTSPROZESSE II

- **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+"

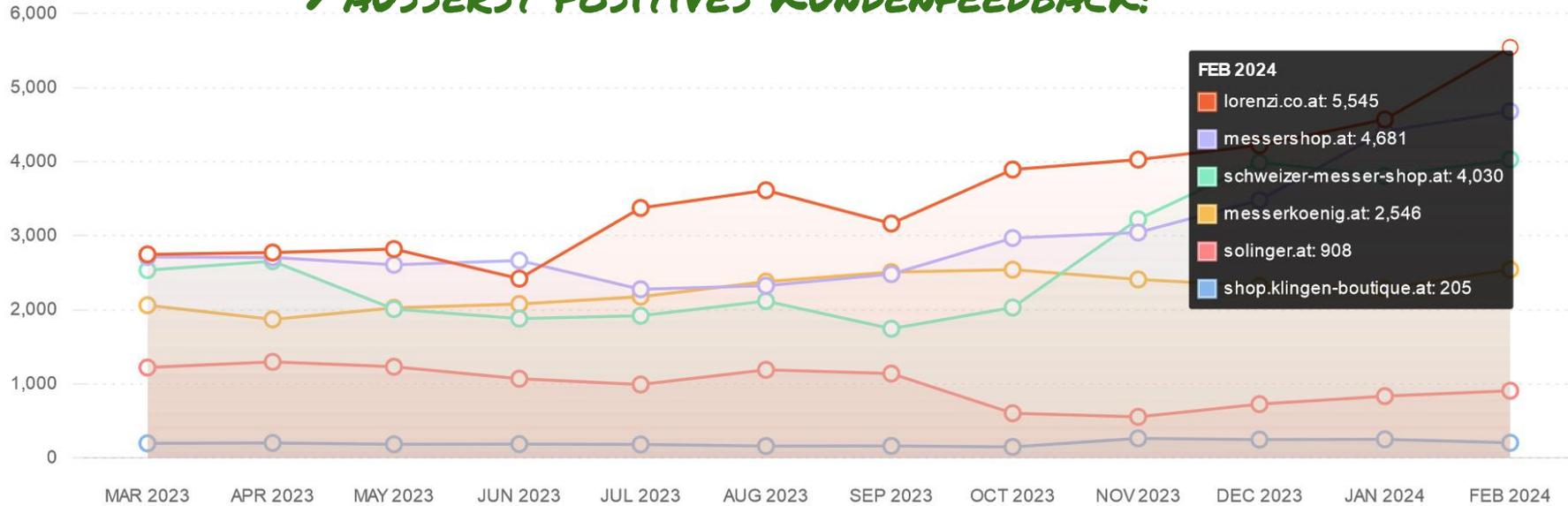
ERGEBNISSE + ERFOLGE II - GESAMTUMSATZ



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 ↻ ▲		
● 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

Leistungprobleme 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

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

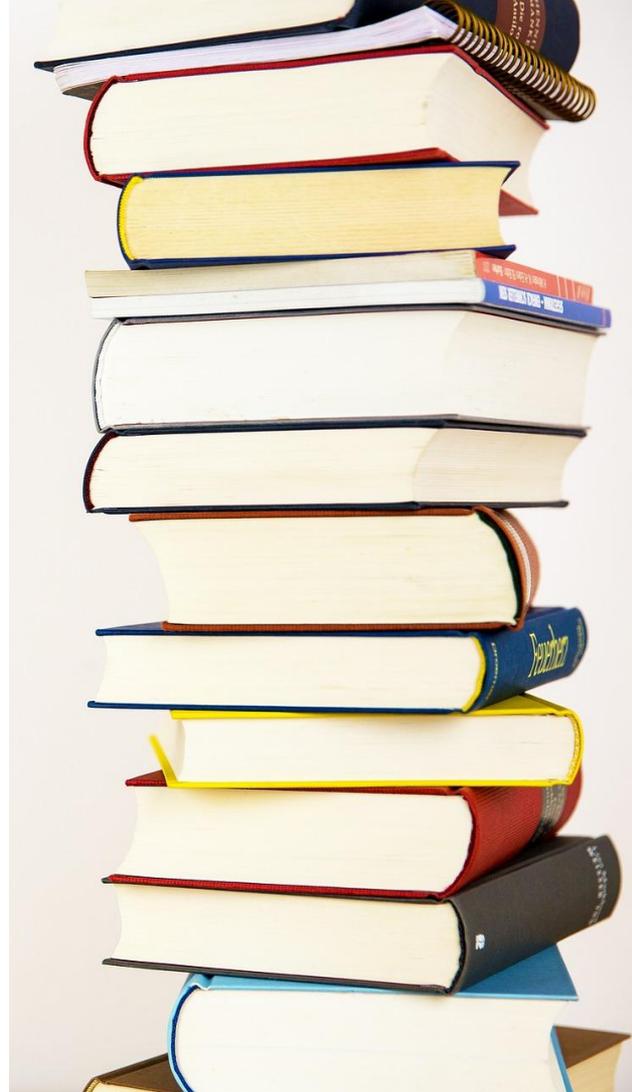
- **SEO / Sichtbarkeit → UNTERNEHMENSPROFILE!**

- 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!**

