

Briefing für www.hunde-futter.de

(Strato-Shop, ist noch nicht live!)

USP (Unique Selling Proposition)

I. Wir geben Hundebesitzerinnen, die barfen, für ihren Hund selbst kochen oder artgerecht füttern wollen, echte Alternativen, damit sie einfach, schnell und bequem ihren Liebling artgerecht füttern können; sogar wenn sie 6 Wochen im Urlaub sind, keine Zeit oder keine Möglichkeiten dazu haben.

oder ... unser Favorit:

II. Wir geben Hunden, die BARF oder Selbstgekochtes gewohnt sind und artgerechtes Futter wollen, einfache, schnelle und bequeme Futter-Alternativen; sogar im Urlaub *und* wenn Frauchen keine Zeit oder Möglichkeiten dazu hat, artgerechtes Futter zu bekommen.

(BARF = Biologisch Artgerechte Rohfütterung)

Der Markt

Es gibt hunderte Hunde- und Tierfuttershops im Internet. Die meisten Shops werden von Privatpersonen betrieben. Nur ca. 5% sind professionelle Shops. In der Regel werden möglichst viele/alle großen Hundefuttermarken in einem Shop angeboten. Spezialisierung findet nur wenig statt.

Unser direkter Wettbewerb nach dem Hauptkeyword: hunde futter

(Bitte so in Google Search eingeben: hunde futter) Die ersten 10 Ergebnisse sind unsere Wettbewerber.

Wettbewerb und/oder potentielle Partner/Lieferanten:

<http://www.herrmannshundefutter.de/content.html> (= unser erster/aktueller Lieferant zum Launch von www.hunde-futter.de / Di, 27.4.2010)

<http://www.terra-pura-tiernahrung.de/> (zweiter/folgender Lieferant)

<http://www.bioleckerli.de/> (Beste Struktur bisher)

<http://www.defu.de/defu.58.0.html>

<http://www.gutes-vom-johannishof.de/assets/s2dmain.html?http://www.gutes-vom-johannishof.de/gutfuertiere/index.html>

<http://www.yarrah.com/index.php?paginaID=106>

<http://www.waseba.com/hunde.htm>

Offline und Online nur bei Fressnapf:

<http://shop.fressnapf.de/suchen/shop/bioplan>

<http://shop.fressnapf.de/suchen/shop/real+nature>

Weitere Wettbewerber oder Shopbeispiele:

<http://www.terracanis.net/>
<http://www.alsa-hundewelt.de/shop/>
<http://www.bio-tierkost.de/>
<http://www.just-4-dogs.eu/>
<http://www.dogsshop.de/>
<http://www.hundesclaffenland.de/xoshop/> (zur Abschreckung!)
<http://www.haustierkost.de/> (zur Abschreckung!)
http://shop.strato.de/epages/15494132.sf/de_DE/x (Strato-Shop Abschreckung)

Referenzen

<http://www.strato.de/shops/referenzen/index.html> (Können wir viel besser ;-)
<http://www.mabito.com/> (Best Practise)
<http://www.sitzclub.de/> (Best Practise)
<http://www.mediherz-shop.de/> (Best Practise)

Unsere Zielgruppe

Die Persona unserer Zielgruppe ist weiblich, sie ist 35-50 Jahre jung! Und heißt Heike, Silke, Juliane. Sie kann in einer Beziehung leben und Kinder haben, ist aber eher eine unabhängige Frau. Sie liebt ihren Hund oder ihre Hunde (ab Beagle-Größe aufwärts) über alles und ist darüber gut informiert, was einem Hund im Allgemeinen und speziell ihrem Hund gut tut.

Sie lehnt konventionell und industriell hergestelltes Hundefutter ab. Stattdessen kocht sie für ihren Hund selbst oder füttert nach der BARF Methode. Sie möchte ihrem Liebling ein guter Freund und gute Mutter sein. Sie erwidert die bedingungslose Hundeliebe, indem Sie viel Zeit und Energie in diese Frauchen-Hund-Beziehung investiert.

Sie macht oder möchte folgende Erfahrungen machen: Der Beschützerinstinkt und das Verantwortungsgefühl sind aktiviert = Gute Mutter-Sein! Auf der anderen Seite liebt sie die Freiheit, die Natur und die vielen kleinen und großen Abenteuer, die sie mit ihrem Hund erlebt.

Ihre größten Ängste sind, dass der Hund wegläuft, krank wird, einen Unfall hat oder sich verletzt - dass sie ihn letztlich verliert.

Sie möchte, dass ihr Hund vital und gesund bleibt, damit sie ihren Gefährten lange an ihrer Seite hat. Sie genießt die Anerkennung Dritter, weil ihr Hund/ihre Hunde so fit sind und ein tolles Fell haben. Sie teilt gerne ihre Erfahrungen mit anderen und bekommt dadurch Selbstbestätigung.

Unsere Positionierung

www.hunde-futter.de spezialisiert sich auf artgerechte Lösungen für Hunde und Hundehalter. Wir verkaufen „kein“ Hundefutter. Wir bieten Lösungen für Barfer, Selbstkocher und Hundehalter, die artgerecht füttern oder die Ernährung umstellen wollen.

www.hunde-futter.de und der dazugehörige Blog sind eher Know-How-Geber, geben Antworten auf die dringendsten Probleme, Wünsche, Ziele der Hundehalter. In der Kommunikation mit unseren Kunden und Interessenten entwickeln und bieten wir die Lösungen an, die wirklich nachgefragt werden.

Neben Herrmanns (als Start) können weitere Marken hinzukommen, wie Terra Pura z.B. oder später durch eine Eigenmarke ersetzt werden.

Bio ist für uns Standard aber kein Alleinstellungsmerkmal. Es geht nicht nur um Hundefutter, damit der Hund zu fressen hat. Mit weiteren relevanten Artikeln oder Produkten aus dem Non-Food kann der Shop weiterwachsen.

Die aktuellen Hauptkeywords für den Shop sind: hunde futter, nassfutter, trockenfutter, leckerlies, welpenfutter

Für den Blog kommen noch weitere hinzu: v.a. BARF, barfen etc.

Marketing | Kommunikation

Claims (sind keine relevanten Keywords fürs Internet!):

„Das Beste nach BARF!“ „... denn Dein Hund liebt Dich!“

„Artgerechtes Hundefutter!“ „Dein Hund liebt Dich!“

Story:

Von Verdauungsproblemen, Krankheiten, etc. über die Suche und das Finden einer Alternative, besseren und artgerechten Lösung (Fr. Herrmann, Terra Pura, Mario/Angela)

Shop-Anmutung

Weibliche Farben und Formen, kommunikativ, leicht, frisch; Design als Ansprache der Kern-Identität von Heike, Silke, Juliane (s. Zielgruppen-Persona); anders, neu sein (kein grüner Öko- oder Hunde-Tiershop-Klassiker),

... alternative Idee: Weiß! Der Shop nimmt sich total zurück und die Produkte sind prominent präsentiert (Hermanns, terra pura, ...) - nur eine Idee ...

Unsere Links | Bitte ansehen!

Hier jetzt starten!!! <http://www.screencast.com/t/YzMyYjEzY2Qt> „Der Film zum Buch!“ oder das Shop-Demo-Video zum Briefing.

<http://shop.strato.de/epages/62556265.sf> Shop-Demo = aktuelle „Kundenansicht“.

Ja, ein Strato Shop bietet nicht die Gestaltungsmöglichkeiten wie XT oder andere Systeme. Aus Budget- und anderen Gründen will der Auftraggeber hiermit starten. Bei durchschlagendem Erfolg besteht die Option auf ein fortgeschritteneres Shop-System umzusteigen.

Der Shop ist 800px breit und zweispaltig. Die Höhe der verschiedenen Grafikelemente ist je nach Design noch flexibel. Im wesentlichen geht es um ein ganzheitliches Farbkonzept und die Gestaltung von:

- Hintergrund
- Header-Design (mit Headline+Subheadline, skalierbar auch für andere Seiten wie Blog oder Landingpages, evtl. ein Garantieverprechen/-siegel: Hundefutter garantiert artgerecht. Logoidee oder Bild optional)
- Navigationsleiste (z.Zt. mit einer Vorlage: | Text | = veränderbar),
- Seitenleiste (Elemente, Boxen) 200px,
- Hauptseite 600px mit den Elementen in den Unterseiten,
- ein benutzerdefiniertes, editierbares Element unten
- und den Footer.

Für jemanden, der oder die weiß was zu tun ist, sollte das kein Problem sein. Der Strato-Shop gibt die Hauptstruktur, Menüführung und den Kundenflow vor. Hier geht es um den kreativen Umgang damit und um das Designkonzept.

Einzelne Elemente und alle Inhalte werden von uns weiter parallel im Adminbereich bearbeitet.

Kontakt

OMG | Roland Varduhn
Consulting · Marketing · Coaching

<http://onlinemarketinggenesis.de/blog>
onlinemarketinggenesis@gmail.com

Möbisburger Weg 1
DE-99094 Erfurt-Bischleben

fon +49(0)361-262 45 05
fax +49(0)361-752 15 72
mobil +49(0)170-414 88 65

www.twitter.com/coachroland