

16.04.2024 - 10:48 Uhr

## Temu sichert sich immer mehr Marktanteile: Ephraim Chiozza von der AdWiser GmbH verrät, wie E-Commerce-Unternehmen eine ähnliche Wachstumsstory hinlegen - aber ohne Preisdumping



Zürich-Oerlikon (ots) -

*Der Online-Marktplatz Temu erfreut sich immer grösserer Bekanntheit - beliebt hat sich das chinesische Unternehmen aber nicht überall gemacht: Nicht nur wird es regelmässig des Preisdumpings bezichtigt, mittlerweile steht auch der Vorwurf manipulativer Kaufanreize im Raum. Dabei müssten es längst nicht immer derart verwerfliche Praktiken sein, die den Erfolg im E-Commerce bringen - auf welche Vorgehensweisen sollte man also stattdessen setzen?*

Mit der raschen Expansion von Plattformen, die auf aggressive Preismodelle setzen, wie es Temu exemplarisch vorführt, sehen sich immer mehr E-Commerce-Unternehmen mit einem Markt konfrontiert, der zunehmend von Preiskämpfen dominiert wird. Sich in diesem wettbewerbsintensiven Umfeld zu behaupten, ohne in einen ruinösen Preiskrieg verwickelt zu werden, wird damit täglich schwieriger. Zwar versuchen viele Marktteilnehmer durchaus, mithilfe herausragender Produktqualität, umfangreicher Angebotsstruktur oder ähnlichen Anreizen herauszustechen, von Erfolg gekrönt sind derartige Bemühungen aber nur selten. "Stattdessen bleiben Anbieter wie Temu unaufhaltsam auf dem Vormarsch - ein Trend, den es zwingend aufzuhalten gilt, um nicht endgültig vom Markt verdrängt zu werden", mahnt Ephraim Chiozza, Geschäftsführer der Online-Marketing-Agentur AdWiser GmbH.

"So müssen sich E-Commerce-Unternehmen jetzt unbedingt darauf konzentrieren, durch Authentizität und erstklassigen Service eine loyale Kundenbasis aufzubauen", fügt er hinzu. "Vor allem aber geht es darum, die tatsächliche Qualität des eigenen Angebots nach aussen hin sichtbar zu machen und ein unverwechselbares Einkaufserlebnis zu schaffen, das weit über die reine Preisfrage hinausgeht." Ephraim Chiozza bringt eine umfassende Expertise mit, die er unter anderem über mehr als 15 Jahre in der Marketing- und Vertriebsbranche aufgebaut hat. Durch seine Rolle als Geschäftsführer der AdWiser GmbH und sein Engagement als Keynote-Speaker hat er bereits zahlreichen E-Commerce-Unternehmen entscheidende Strategien vermittelt, um sich in einem preissensitiven Markt erfolgreich zu positionieren. Welche Aspekte dabei besonders entscheidend sind, verrät er hier.

### 1. Erstklassige Qualität bieten

Die Bedeutung hochwertiger Produkte wird besonders deutlich in den Diskussionen unter den Kunden von Temu, die sich regelmässig über die nicht zufriedenstellende Beschaffenheit der angebotenen Artikel beklagen. Eine konsequente Ausrichtung auf hervorragende Qualität kann für Unternehmen einen signifikanten Wettbewerbsvorteil darstellen. Indem man sich auf die Langlebigkeit und die hervorragende Leistung der Produkte konzentriert, lässt sich ein positives Markenimage aufbauen, das durch Mundpropaganda weiter verstärkt wird.

### 2. Den Kundensupport fördern

Ein umfangreicher Kundensupport, der oft als Mangel bei Temu wahrgenommen wird, erweist sich immer wieder als zentraler Pfeiler für die Kundenzufriedenheit und -Loyalität. Unternehmen, die in der Lage sind, rasche und effektive Lösungen für Kundenanliegen zu bieten, etablieren schnell eine treue Anhängerschaft. Diese Zufriedenheit manifestiert sich nicht nur in wiederkehrenden Käufen, sondern auch in positiven Bewertungen und Weiterempfehlungen, die für die Neukundengewinnung unerlässlich sind.

### 3. Ads, Landingpages und Feeds optimieren

Die Anpassung von Werbeanzeigen, Landingpages und Produktfeeds ist ein entscheidender Faktor für den Erfolg von Online-Marketingstrategien. Ein auf Suchmaschinenoptimierung und Social-Media-Präsenz abgestimmter Produktfeed, kombiniert mit Landingpages, die einen hohen Qualitätsfaktor aufweisen, sowie kreativ gestalteten Werbeanzeigen, die einen hohen Anzeigenrang erreichen, gewährleisten, dass Werbebotschaften auch mit einem limitierten Budget ihre Zielgruppen effektiv erreichen.

### 4. Eine Nische bedienen

Die Spezialisierung auf eine bestimmte Nische erlaubt es Unternehmen, als unangefochtene Experten für eine spezifische Kundengruppe zu gelten. Diese strategische Positionierung verringert dabei ausserdem das Risiko von Fehlkäufen seitens der Kunden und schafft damit einen Mehrwert, der weit über den Preis hinausgeht.

### 5. Trends beobachten und agil darauf reagieren

Auch die Fähigkeit, Markttrends schnell zu erkennen und zu adaptieren, ist von unschätzbarem Wert in der dynamischen Landschaft des E-Commerce. Der Aufstieg von Temu hat eindrucksvoll demonstriert, wie die frühzeitige Anpassung an und die Nutzung von Trends Unternehmen einen erheblichen Vorsprung verschaffen kann. Umso agiler sollten E-Commerce-Unternehmen agieren, um entsprechende Chancen frühzeitig ergreifen zu können, bevor sie zum Mainstream werden - und um somit die Konkurrenz zu übertreffen.

### 6. Mit Kundennähe punkten

Deutlich spürbare Kundennähe, hervorgehoben durch Angebote der Regionalität, Unterstützung in der eigenen Sprache und Möglichkeiten zur Abholung vor Ort, bietet eine einzigartige Gelegenheit, sich von global agierenden Plattformen abzuheben. Diese Aspekte tragen erheblich zur Schaffung eines vertrauensvollen und persönlichen Kundenerlebnisses bei, das in der heutigen, oft anonymen Online-Welt besonders geschätzt wird.

### 7. Schnelle Lieferungen sicherstellen

Die Beschleunigung der Lieferprozesse ist eine direkte Antwort auf einen der häufigsten Kritikpunkte an Temu - nämlich die langen Lieferzeiten. So können eine optimierte Logistik und das Versprechen schneller Lieferungen das Kundenerlebnis erheblich verbessern und tragen massgeblich zur Zufriedenheit und Loyalität bestehender Käufer bei.

### 8. Kundenwünsche verstehen und spielerisch ausgestalten

Ein ansprechender und unterhaltsamer Online-Auftritt, der das Einkaufen zu einem echten Erlebnis macht, kann die Bindung und das Engagement der Kunden signifikant steigern und somit einen nachhaltigen Beitrag zum Unternehmenserfolg leisten. Umso wichtiger ist es, ein tiefes Verständnis dafür zu entwickeln, wie Kunden digitale Plattformen erleben möchten - nur so ist es E-Commerce-Unternehmen möglich, ein spielerisches, interaktives Markenerlebnis zu kreieren.

**Sie wollen Ihre Zielgruppe ebenfalls mithilfe bewährter Strategien für Ihr Angebot begeistern und sich im E-Commerce langfristig gegen Billiganbieter wie Temu und der Konkurrenz behaupten? Dann melden Sie sich jetzt bei [Ephraim Chiozza](#) und vereinbaren Sie einen unverbindlichen Beratungstermin!**

Pressekontakt:

AdWiser GmbH  
Ephraim Chiozza  
E-Mail: [office@ad-wiser.ch](mailto:office@ad-wiser.ch)  
Webseite: <https://ad-wiser.ch/>

Medieninhalte



*Ephraim Chiozza ist Geschäftsführer der Online-Marketing-Agentur AdWiser GmbH / Weiterer Text über ots und [www.presseportal.de/nr/173588](http://www.presseportal.de/nr/173588) / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.*

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100098455/100918332> abgerufen werden.