

Bei Mausclick Provision

E-Business | Wie der Handel am Etikettendruck ohne großen Aufwand mitverdienen kann, zeigt Herma-Print.de. Der Online-Händler McBuero.de war als Erster mit dabei – und freut sich nicht nur über zusätzliche Einnahmen.

Herma-Print.de stößt bei Händlern auf positive Resonanz. Über das neue Online-Angebot können private und gewerbliche Endanwender Etiketten selbst gestalten und fertig gedruckt auf A4-Bogen bestellen. Der Handel kann daran ohne großen Aufwand mitverdienen. Nur kurz nach dem Start hat deshalb u. a. McBuero.de, einer der führenden PBS-Anbieter im Internet, die Lösung in seine Website integriert. „Wir haben selbst schon Printdienstleistungen im Web bestellt. Da steckt großes Wachstumspotenzial drin“, sagt Ralf Lorenz, Geschäftsführer McBuero.de. „Herma-Print.de hat uns überzeugt mit einem sehr durchdachten Auftritt, was Funktionalität und Nutzerfreundlichkeit angeht.“ Dadurch seien auch die Einstiegsbarrieren für neue Nutzer sehr niedrig. „Das ist wichtig für uns. Denn als fast reiner Online-Händler haben wir viel weniger Stammkunden als ein Ladengeschäft oder ein klassischer Versender.“



McBuero-Geschäftsführer Ralf Lorenz: „Herma-Print.de hat uns überzeugt mit einem sehr durchdachten Auftritt, was Funktionalität und Nutzerfreundlichkeit angeht.“

Durch einen Klick auf den Banner öffnet sich das Fenster von Herma-Print.de. Scheinbar verlässt der Kunde jedoch nicht den Bereich von McBuero.de. Denn das Logo des Online-Händlers steht groß oben auf der Seite. Tatsächlich übernimmt Herma die komplette Abwicklung inklusive Logistik und Rechnungsstellung. Für alle Bestellungen, die über den teilnehmenden Händler auf Herma-Print.de ausgelöst werden, erhält dieser Händler eine attraktive Provision. Und auch für Folgebestellungen dieses Kunden erhält der gleiche Händler, in diesem Fall also McBuero.de, jedes Mal erneut Provisionen – unabhängig davon, ob der Besteller über einen Link von McBuero.de oder direkt zu Herma-Print.de gegangen ist.

Allerdings sind die zusätzlichen Einnahmen, über die sich McBuero-Geschäftsführer Ralf Lorenz jetzt freut, nicht das alleinige Ziel. „Im Web gehen Kunden viel mehr auf Marke“, hat Lorenz beobachtet. Vielleicht weil ohnehin spezielle Produkte gesucht werden, vielleicht aber auch, weil die Unsicherheit größer ist, da man das gewünschte Produkt im Web nicht anfassen kann. „Je stärker die Marke, desto mehr profitieren wir davon. Und ein Tool wie Herma-Print.de, das allein schon durch seine Optik und seine Möglichkeiten Vertrauen schafft und Neugier weckt, stärkt die Marke Herma – selbst wenn der Besucher im Moment gar keine bedruckten Etiketten bestellt.“ Wenn er doch kaufen möchte: Das bei Verbrauchern bekannte unabhängige Siegel „Trusted

Shops“ signalisiert hohen Käufer- und Datenschutz.

www.herma.de

(12.10.10)

Mehr Informationen zu Herma

- [Lukrative Speziallösungen](#) (22.04.14)
- [Herma mit Werbepartner Tim Bendzko](#) (02.04.14)
- [Herma-Gruppe trotz Stagnation im Markt](#) (01.04.14)
- [Herma für Energiemanagement zertifiziert](#) (31.10.13)
- [Herma investiert in den Ausbau](#) (16.10.13)



McBuero.de ist einer der ersten Händler, die Herma-Print.de in ihre Website integriert haben – mit Erfolg.

[Transparente Etiketten aus glasklarer Folie](#) (26.07.13)

[Herma forciert Online-Etikettengestalter](#) (18.07.13)

[Herma weiter auf Wachstumskurs](#) (27.03.13)

[Lukrative Spezialisten](#) (26.02.13)

[Herma: Werbekampagne für Einkäufer](#) (25.01.13)

[Zur Firmen-Homepage](#)

*URL dieser Seite: http://www.pbs-business.de/archiv/7047-Bei_Mausclick_Provision/
loading*