

# DiTech: 21 Mio. mit Versand

## Herausforderungen des Online-Verkaufs – Wachstum setzt sich fort

**Unternehmen setzt auch im Netz auf persönliche Beratung als Kernkompetenz.**

(bar). Während große Elektronik-Ketten dem Supermarkt-Konzept vertrauen, geht das 1999 gegründete Unternehmen andere Wege: „Das persönliche Beratungsgespräch steht bei uns an erster Stelle“, erklärt Firmengründerin Aleksandra Izdebska. „Es ist etwas anderes, einen PC zu kaufen, als einen Apfel.“

### **Multichannel im Verkauf**

Der Verkauf über das Online-Portal von DiTech stellt das Unternehmen vor neue Heraus-

forderungen: „Die zehn Schritte des Verkaufsprozesses haben wir eingehend analysiert. Die Verzahnung zwischen Online und dem Verkauf im Geschäft ist uns mit speziellen Beratungstools auf unserer Plattform gut geglückt“, so Damian Izdebski, Geschäftsführer des 96,2 Mio. Umsatz lukrierenden Unternehmens.

Der Kunde hat jederzeit die Möglichkeit, von Online in den Retailverkauf zu wechseln und umgekehrt. „Wir switchen zwischen den Kanälen“, erklärt Izdebska. Allein in Wien wurden im vergangenen Geschäftsjahr 21,3 Mio. Euro mit dem Versand eingenommen. Zwei Jahre davor waren es noch 16,1 Mio. Euro.



**DiTech im Netz:** Damian Izdebski und Aleksandra Izdebska zeigen die Plattform.

Foto: Baryli