



SUCHE

[erweiterte Suche](#)

MARKE-X MAGAZIN

AKTUELLE AUSGABE

Lesen Sie die aktuelle Ausgabe von marke-X

BISHERIGE AUSGABEN

Alle bisherigen Ausgaben mit kurzer Inhaltsangabe

INFO CENTER

Links zu Hunderten von Artikeln

BÜCHER

Aktuelle Buchempfehlungen

SERVICE

KONTAKT

ÜBER MARKE-X

IMPRESSUM

MEDIADATEN

Bestellabbrüche verhindern (Teil 2) - 17 Strategien und Taktiken für eine hohe Konversionsrate



Vertrauen ist die Basis für jede erfolgreiche Geschäfts-beziehung. Doch viele Online-Shops vernachlässigen gerade die Bedürfnisse neuer Kunden, lenken Ihre Besucher vom Kauf ab oder verlangen zu viele

persönliche Informationen. Machen Sie nicht die gleichen Fehler...

10. Machen Sie es so einfach wie möglich für neue Kunden

Es ist schwieriger neue Kunden zu gewinnen, als bestehenden ein weiteres Produkt zu verkaufen. Bauen Sie deshalb aktiv Hürden ab, und erleichtern Sie den Bestellprozess besonders für neue Nutzer. Der Online-Shop von Tchibo bietet beispielsweise die Option, eine Bestellung auf Rechnung nur unter Angabe des Namens und der Lieferadresse abzugeben. Wer mehr Funktionalitäten wie die Eingabe beispielsweise mehrerer Lieferadressen wünscht, kann sich auch ein eigenes Konto mit persönlichem Passwort anlegen. Dieses ist jedoch - anderes als bei vielen anderen Shops - keine Voraussetzung.

Montag, 22. März 2004

NEWSLETTER

Abonnieren Sie den **marke-X Newsletter** Kostenlos dazu: Sascha Langners Top 10 Tipps für erfolgreiche Newsletter

Anrede

Vorname

Nachname

e-Mail



Ich habe ein Konto und logge mich bequem ein.

eMail-Adresse Passwort

[Passwort nicht mehr parat?](#)

Ich möchte meine Bestellung fortsetzen und gleichzeitig ein persönliches Konto einrichten.

Ich möchte meine Bestellung ohne ein persönliches Konto fortsetzen.

Bestellung fortsetzen >

zurück <

Abbildung 3: Bei Tchibo können neue Kunden ohne viel Aufwand eine Bestellung auf Rechnung abgeben (Quelle: www.tchibo.de)

11. Sicherheit

Für mehr als 50% der Nutzer ist die wahrgenommene Sicherheit eines Online-Shops ausschlaggebend für Wiederholungskäufe (Quelle: NetIQ). Zeigen Sie deshalb unbedingt, dass das Einkaufen bei Ihnen sicher ist. Wickeln Sie alle Bestellprozesse über eine verschlüsselte Verbindung ab und lassen Sie Ihren Online-Shop zertifizieren.

Unsere unabhängigen Zertifizierungen

Sicheres Einkaufen bei computeruniverse.net!

Online shoppen bei computeruniverse.net bedeutet nicht nur ein Produktauswahl, sondern auch höchste Sicherheit und Vertrauen

    

Aufgrund der hohen Standards in unserem Unternehmen haben Qualitäts-Zertifikate erhalten. Die jeweiligen Zertifikate sowie we Zertifizierungs-Kriterien finden Sie, wenn Sie auf die entsprechen

 **TÜV zertifiziert Sicherheit und Qualität**

Mit [s@fer-shopping](#) entwickelten die Exp Service ein neues Konzept, welches insbe Systemsicherheit, den Datenschutz sowie Shopanbieters untersucht und bewertet.

Abbildung 4: Computeruniverse hat viel Aufwand betrieben, seinen Shop sicher zu machen (Quelle: computeruniverse.net)

12. Entfernen Sie ablenkende Elemente

Entfernen Sie alle störende Elemente aus dem

Bestellprozess (z.B. generelle Navigationselemente, Werbung, Produktangebote, etc.). So lenken Sie die Aufmerksamkeit klar auf das zu erreichende Ziel, den Abschluss der Bestellung.

ebay®

Bieten

Neuheit* DVD Player kann alles *besteTechnik*

Aktuelles Gebot: EUR 45,00

Ihr Maximalgebot: (Geben Sie mindestens **EUR 45,50** ein)

Menge: x

Im Gegensatz zu regulären eBay-Auktionen kann es bei Powerauktionen mehrere Käufer geben.
Weitere Informationen zu [Powerauktionen](#).

Copyright © 1995-2004 eBay Inc.

Abbildung 5: ebay lenkt die Aufmerksamkeit des Nutzers nur auf ein Ziel: das Gebot (Quelle: ebay.de)

13. Beschränken Sie sich auf das Wesentliche

Über 30% aller Nutzer haben schon einmal eine Bestellung abgebrochen, weil zu viele Informationen abgefragt wurden (Quelle: NetIQ). Beschränken Sie sich deshalb auf die wirklich notwendigen Informationen. Wenn Sie die Telefonnummer oder Faxnummer Ihres Kunden nicht benötigen, fragen Sie sie auch nicht ab. Je weniger Felder Ihre Formulare enthalten, desto angenehmer ist es für den Nutzer.

14. Bieten Sie unterschiedliche Zahlungsmöglichkeiten

Auch wenn es teuer und mit viel Aufwand verbunden ist, müssen Sie mindestens drei der vier folgenden Zahlungsweisen anbieten:

- Rechnung
- Nachname
- Bankeinzug
- Kreditkarte

15. Datenschutz, Garantien und Gewährleistungen

Vertrauen ist die Basis jeder Geschäftsbeziehung. Zeigen Sie

Ihren potentiellen Kunden, dass Sie es ehrlich meinen, und verlinken Sie auf Ihre Datenschutzerklärung und Ihren Garantiebestimmungen von jeder Seite Ihres Bestellprozesses.

16. Abbruchsfragebogen

Die Gründe für einen Bestellabbruch können vielschichtig sein und sind zu einem großen Teil abhängig von der jeweiligen Website. Finden Sie heraus, warum Ihre Kunden eine Bestellung abbrechen, in dem Sie den jeweiligen Nutzer bitten einen kurzen Online-Fragenbogen auszufüllen (am besten nur 1-3 Felder). Auf diese Weise gewinnt man immer wieder erstaunliche Erkenntnisse über die Wahrnehmung der eigenen Website.

17. Fehlermeldungen auch an Sie

Nicht nur Ihre Nutzer müssen automatisch generierte Fehlermeldungen erhalten, sondern auch Sie. Sammeln Sie alle diese Mitteilungen und werten Sie sie dann statistisch aus. Oft reicht aber schon ein einfacher Blick auf die Zahlen. Wenn beispielsweise 90% aller Kunden, die Kreditkarte als Zahlungsmittel gewählt haben, Ihre Bestellung abbrechen, deutet dies auf ein technisches Problem bei dieser Abrechnungsform hin.

Viele Faktoren beeinflussen den Erfolg eines Online-Shops und seine Konversionsrate. Je nachdem welche Zielgruppe angesprochen und welche Leistungen angeboten werden, sind die vorgestellten Strategien und Taktiken in Ihrer Stärke und Ausprägung spezifisch anzupassen. Machen Sie die Ideen zu Ihren eigenen. Analysieren Sie alle Tipps & Tricks und passen Sie sie dann Ihren Bedürfnissen an. So maximieren Sie Ihren Erfolg.

Weiter zu:

[Bestellabbrüche verhindern \(Teil 1\) - 17 Strategien und Taktiken für eine hohe Konversionsrate](#)