Internet Shopping

Geschrieben: von bernd (Datum: 01.07.2012)

Erfolgreich sein mit Internet Shopping

Neueste Studien zeigen was wir als Verbraucher immer gewusst haben und von einem Onlineshop erwarten. Produktbeschreibungen sowie ausreichendes Bildmaterial zu dem Artikel der gekauft werden soll so wie Umfangreiche Qualitätshinweise sind von den Käufern an erster Stelle genannt worden. Ebenso sind Garantiehinweise bei technischen Geräten ein unbedingtes Anliegen sowie eine detaillierte Beschreibung um einen Kauf abzuschließen.

Erfolgreich Verkaufen

1. **Gü**tesiegel wie sie auf jeden großen Onlineshop anzutreffen sind,werden bei den Kunden zum Internet Shopping als Vertrauensbildende - Maßnahme gesehen und muss wenn Sie mit Ihrem Internetauftritt Erfolg haben wollen auf Ihren Seiten vorzufinden sein.

Konversionsraten steigern aber wie ?

2. im Servicebereich müssen um die Konversionsraten nach oben zu bringen, engere und Vertrauensbildende Beziehungen in Ihrem Business aufgebaut werden zwischen Ihnen und dem Käufer. Denken sie immer daran, dass der Kunde nicht die Katze im Sack kaufen wird, sondern genau darüber Informiert sein möchte bevor er eine Transaktion durchführt, mit wem er es hier zu tun hat.

Vertrauen zu und mit dem Kunden aufbauen. Jeder kennt den Spruch " Vertrauen ist gut - Kontrolle ist besser " dies kann aber in diesem Segment so nicht angewendet werden, da Sie es sein müssen das Vertrauen des Kunden zu gewinnen und somit mit einen wichtigen Beitrag leisten das Kaufverhalten Ihrer Kunden positiv zu Ihrem Vorteil zu lenken. Besonders Zahlungsvorgänge werden von Verbrauchern vermieden die eine Dateneingabe erfordert. Bezahlen per Rechnung beim Internet Shopping und so wenig wie möglich persönliche Daten eingeben zu müssen sind die Trends der heutigen Kunden und Käufer. Darauf muss auch Ihr ganzer Kaufprozess abgestimmt sein in Form der Bezahlmodule oder anderer Transaktionen. Keiner möchte seine Daten mehr so offen darlegen wie es in der Vergangenheit täglich vorgekommen ist, sondern diese sensiblen Daten so wenig wie möglich im Internet offen legen. Kommen Sie dann auch noch mit einer NICHT-VERSCHLÜSSELTEN Datei daher im Bestellvorgang sind Sie für immer bei diesen Kunden aus dem Rennen. Bewertungen im Internet über einen Artikel oder Onlineshop werden von immer mehr Kunden bevor sie eine Bestellung aufgeben an ihrem Bewertungsprofil gemessen und danach erst die Entscheidung getroffen. Bedient man Kunden schlecht wird man diese verlieren. Deshalb müssen die Zielgruppen von Ihnen oder Ihrem Team immer an vorderster Stelle stehen .

3. **So verkaufen Sie mehr . . .** Erfolgreich verkaufen auf Ebay, Amazon & Co

Wie aber kann ich feststellen nach welchen Kriterien Internet Shopping aufgebaut sein muss um auch Erfolgreich zu sein. Hier gibt es ein paar Punkte die jeder Shopbetreiber unbedingt den Zielen und Bedürfnissen des Käufers Anpassen muss. Es gibt nichts schlimmeres für einen Online - Shop der nicht Erreichbar ist und zu dem eine zu lange Internetadresse hat. Ebenso muss ein Topp - Online-Shop in den Suchmaschinen ohne lange suchen zu müssen auffindbar sein. Vermeiden Sie wann immer es geht auf jegliche Zusatzsoftware oder Plugins um auf Ihren Shop einkaufen zu können, da mit großer Sicherheit dieser Kunde nicht mehr zurück auf Ihre Seiten kommt. Mobiles Shopping ist der Trend der von keinem Online-Shop vernachlässigt werden sollte. Positive Erfahrungen steigern die spontanen Kaufentscheidungen der Handy-Nutzer da diese sehr gerne vor Ort mit dem Angebot im Internet verglichen wird.

4. **Unsicherheiten im Bestellprozess unbedingt vermeiden.**

Verhalten der Kunden im Bestellprozess müssen um die Konversionen im Onlineshop zu erhöhen genauestens angeschaut und in

den aller meisten Fällen der Bestellprozess von Grund auf Neu optimiert werden. Vereinfachen Sie Ihre Prozesse so gut wie möglich und Erzeugen Sie nicht noch mehr Komplexität in Ihrem Ablauf. Bestellprozesse lösen bei den meisten Kunden leichte Bauchschmerzen aus wenn es darum geht einen Artikel zu bestellen und sich erst registrieren müssen, was man auch ohne weiteres als gezwungene Aktion deuten kann. Begleiten Sie Ihre Kunden in diesem so wichtigen Vorgang durch Informationen wie weit die Bestellung fortgeschritten ist und welche Schritte noch getätigt werden müssen um den Bestellvorgang zum Abschluss zu bringen. Hier geht es nicht darum einfach etwas zu verkaufen, sondern sie wollen wenn wir es beim Namen nennen wollen dem Kunden das Geld aus der Tasche ziehen.Überall wo wir uns bewegen wird doch laufend etwas angeboten mit dem selben Hintergrund. Bezahlen ist nicht zu verwechseln mit dem Kaufabschluss in einem Laden vor Ort, sondern muss aus ganz anderer Sichtweise angegangen werden. Ladenkäufe vor Ort zeichnen sich darauf aus , dass die Produkte gesammelt werden im Einkaufswagen oder in der Hand bei einzelnen Artikeln. Jetzt geht es zur Kasse wo direkt bezahlt wird und der Kunde sowohl die Ware hat aber zugleich auch sein Geld los wurde.Überfordert wurde bei dieser Transaktion im Kaufverhalten keiner und der Kaufabschluss kann als gelungen gelten.

Transaktion und Bestellung. In unserem Fall aber geht es um die Abwicklung einer Transaktion, wo weder der Kunde noch Sie eine Ahnung haben wer sich dahinter verbirgt. Erst bei der Bestellung selber, wenn sensible Daten übergeben werden sollen, also der Shopbetreiber diese braucht um den Bestellvorgang abzuschließen, erst dann wird es so manchen schon fast sicher geglaubten Käufer nicht so richtig warm ums Herz und er bricht den Bestellvorgang ab. Jetzt müssen wir uns Fragen, was den Kunden dazu bewogen hat, den Einkauf nicht abzuschließen und welche Faktoren dabei eine Rolle gespielt haben. Hier kann es nur eine Antwort geben und die sieht so aus : Seriosität und Sicherheit sind in Ihrem Bestellvorgang von dem Kunden nicht zu erkennen und sie wollen zu viele Informationen, also im Grunde -Daten die wenn Sie genauer hinschauen Sie nicht brauchen um einen Erfolgreichen Abschluss zu generieren.

5. **Aufbau der Seite . . .**

Es muss alles so intuitiv wie möglich gemacht sein ohne das erst groß gesucht und was ganz schlimm ist nach Hilfe nachgefragt wird. Risikofaktoren können sehr schnell in einem Vertriebssystem also Onlineshop entstehen wenn Flexibilität in der Artikelvielfalt nicht den Auslöser bei dem Kunden im Sortiment eine Zuordnung zum kaufen zu finden. Wurden bereits Geschäfte mit dem Kunden in Ihrem Business abgeschlossen kann je nach Identifizierbarkeit ein Profil des Kunden im Kaufverhalten erstellt werden und eventuell über die Vertriebsabteilung ein Bonus an den Kunden abgegeben werden was wiederum die Kundenzufriedenheit und für weitere Kunden bindende Aktionen förderlich ist. Strukturierungen die klar den Kunden zum Artikel führen sind zwingend und Garantieren Ihnen auch in Zukunft weiteren Kundenzuwachs. Angebote und Produkte müssen klar gegliedert sein was in den heutigen Software - Programmen eigentlich Standard ist. Ebenso ist eine klare Produktgruppenfindung auch hier zwingend und je genauer um so besser. Voraussetzung von allem ist aber immer das der Kunde weiß wo er zur Zeit ist und wieder zurück kommt ohne Umweg auf die Einstiegsseite. Suchfunktionen die schnell und auf jeder Seite vorzufinden sind sowie eine entsprechende Produktpräsentation sind sehr WICHTIG damit diese auch nach etwas aussehen. Hier sollte man ruhig ein paar Euro in eine gute Kamera Investieren. Verhindern sie auf jeden Fall eine komplizierte Bestellabwicklung welche jeden Kunden verunsichert und Ihr Einkaufskorb virtuell schnell wieder geleert ist.

6. **Mehrwert muss sein . . .** Apps erfolgreich verkaufen: Vermarktungsstrategien für Apps auf iPhone, iPad, Android und Co.

Große Produktpaletten helfen dem Kunden seine Auswahl zu treffen was er einkaufen will. Je genauer die Produktbeschreibung ist um so mehr Kunden werden wieder kommen . Denken Sie immer daran - jeder Kunde möchte bei seinem Einkauf den super möglichen Profit schlagen und wünscht diesen Mehrwert auf Ihr Sortiment bezogen. Machen Sie nicht den Fehler den Kunden bei den Lieferkosten und Schnelligkeit der Lieferung zu überfordern durch zu hohe Lieferkosten und zu lange Lieferzeiten. Akzeptieren muss dies kein Kunde bei erklärten Versuchen wie Zahlungsoptionen und Schnelligkeit der Lieferung.

- **So schnell wie der Kunde gekommen ist .- so schnell ist er auch wieder weg . .**

- **Online-Shopping mit welchen Methoden noch attraktiver machen ?**

Powered by FPDF and vBCMS® 1.3.0

Hier gibt es klare Vorstellungen bei den Käufern die eine Absicherung im Schadensfall sowie sichere Übertragungen und ein besseres Angebot an Beizahlmethoden wünschen. Mindesteinkaufsmengen bringen Sie nicht weiter und der Kunde fühlt sich in seiner Freiheit beschränkt, was Ihn zum verlassen der Seite veranlasst. Vermeiden Sie solche Schnitzer und der nächste Käufer wird es Ihnen danken.

Copyright@ Bernd Springer 79539 Lörrach Hartmattenstrasse 55