Kundenverhalten

Geschrieben: von bernd (Datum: 08.07.2012)

Kennzahlen und Kundenverhalten

sind immer gut etwas zu verbessern was bisher nicht so Reibungslos läuft wie man es sich vorstellt. Ladezeiten gelten als wichtiges Kriterium.

Erwarten Sie nicht das in unserer Gesellschaft Rücksicht genommen wird auf etwas was nicht selbst verschuldet sondern von dritten verursacht und dafür auch noch bezahlt werden soll. Unter diesen sogenannten Kennzahlen fallen Ladezeiten ob nun als Hobby oder als PROFI - ONLINESHOPP als wichtiges Kriterium mit hinein. Sie müssen immer von sich selber ausgehen was als Entscheidungsmerkmal beim Onlineshopping hängen bleibt und was nicht. Vor Jahren noch nicht so wichtig ist in der heutigen Online - Welt nun mal die Erreichbarkeit Ihres Online - Auftritts und mit die Schlüsselrolle der meisten Verbraucher bei der Entscheidung in diesem Shop zu kaufen. Zerfallsspuren in einem Onlineshop können sehr schnell zu einem Umsatzrückgang führen, wenn nicht ein organisatorischer und technischer Aufwand getrieben wird diesen Trend zu beenden.

Investieren in die Zukunft.

Je nach Etat und Größe des Onlineshops ist es nicht verwunderlich wenn Kosten am Anfang stark den Umsatz revidieren aber in Zukunft seine Früchte tragen wird. Konzentriert auf das Business und Ihrer Käufergruppe,-kommt hier zusammen was als Baustein hilfreich ist. Nichts ist so schnell im WORLD -WIDE-WEB wie die Informationssysteme auf die Anwender ihre Informationen bekommen. Investitionen und Ihr Budget werden auch in Zukunft - Projekte bestimmen die im hohem Maß Unabhängigkeit und attraktive Leistung für Ihre Kunden bereitstellt.

- **Messen Sie Ihre Konversion ?**

Um überhaupt einen Überblick zu bekommen was auf Ihren Seiten abgeht, kommen Sie am messen Ihrer Konversionsrate - nicht vorbei. Viele werden sagen das brauch ich nicht das Geschäft läuft doch gut. Doch lassen Sie sich nicht dadurch täuschen, denn wie schnell es wieder Bach ab gehen kann, zeigen viele zwischenzeitlich vom Markt genommene Webauftritte. Optimierung sowie die daraus schließenden Maßnahmen sind fester Bestandteil der Kennzahlen und führen in den aller meisten Fällen zu einem positiven Aspekt. Gewissermaßen lenken Sie Ihre Kunden durch die Angebote, immer mit der richtigen Textbegleitung und einem zurückhaltenden Bildmanagement. Optimierung sowie die daraus schließenden Maßnahmen sind fester Bestandteil der Kennzahlen und führen in den aller meisten Fällen zu einem positiven Aspekt. Gewissermaßen lenken Sie Ihre Kunden durch die Angebote, immer mit der richtigen Textbegleitung und einem zurückhaltenden Bildmanagement. Besonders die Kennzahlen beim e-Commerce - Online-Handel im Bereich der Abgebrochenen Bestellungen Kundenverhalten sind wichtige Erkenntnisse in der weiteren Vorgehensweise und einem Rückgang dieser Kaufunterbrechungen. Alleine 20% der Käufer sind nicht bereit dafür sich Ihnen und Ihrem System durch eine Registrierung die Zustimmung zu geben und brechen den Anmeldeprozess ab. Diese Indikatoren müssen genau von Ihnen unter die Lupe genommen werden und weitere Schritte zur Optimierung ob nun im Team oder extern an erster Stelle gestellt werden. Verbesserungspotenziale müssen bei einem Online - Auftritt ohne " wenn und aber " wenn diese Erkannt wurden eingeleitet werden, da dies Faktoren sind auf welche der Kunde und somit die größte Anzahl ihrer Käufer täglich mit konfrontiert werden.

- **Warenkorb und Datenabfragen**

Je mehr Käufer sie haben und gefüllte Warenkörbe kein Thema mehr sind um so mehr kann man sich zusätzlich um eine Steigerung der Konversionsrate - Raten kümmern. Viele Online-Händler fragen sich " wie machen die das nur " und warum funktioniert das

nicht bei mir so, obwohl ich doch fast alles gleich mache.

- **Unsicherheiten aus Kundensicht abbauen! Welche Möglichkeiten gibt es.**

Nun da gibt es schon noch ein paar Punkte,angefangen beim ausfüllen der Anmeldung und vor allem was kann dabei als Bremse gesehen werden. Aufklärungen ob nun im Fernsehen oder per Internet haben bei den Käufern sogenannte Alarmfunktionen installiert die bei einer Registrierung wieder abgerufen werden. Alles muss so einfach wie möglich und vor allem aus Sicht des Kunden nachvollziehbar sein und vor allem verständlich und sicher. Schauen Sie sich doch einmal Ihre Registrierungsseite genauer an aus Sicht des Kunden und entscheiden sie Neutral ob sie auch diese vielen Daten angegeben hätten und dann werden sie erkennen das vieles nicht gebraucht wird. Genau das ist der I-Punkt welche andere Anbieter bereits berücksichtigen und deshalb so Erfolgreich sind.

- **SSL-Verschlüsselung gehört zum Standard**

Sicherheit steht an oberster Stelle aus der Sicht des Käufers und muss bei der Technik beginnen durch Einsatz der SSL-Verschlüsselung . Investitionen die bei jedem Online-Auftritt im voraus mitgetragen werden sind schnell wieder durch Kundenzufriedenheit ausgeglichen.

- **Bewertungen und Empfehlungen. Fragen sie die Kunden**

Bedenken Sie immer das Käufer jedes Online - Geschäft beeinflussen können und diese immer mehr an Wichtigkeit zunehmen. Rund 39% der Käufer lassen sich beeinflussen durch solche Bewertungen woraus wir ersehen können wie wichtig auch Serviceleistungen sind. Immer wieder trifft man auf solche Seiten wo per Chatfunktion Mitarbeiter im Hintergrund also so genannte Kundencenter darauf warten mit ihnen zu kommunizieren und direkte Fragen zu Preis, Artikel und Lieferzeiten zu stellen. Auch hier macht sich ein großer Trend in Zahlen 30% daran diesen Weg der Serviceleistung in Anspruch zu nehmen und eventuell durch eine Umfrage geklärt werden, bezogen auf Ihr Business.

Artikelfotos nur in bester Qualität anzeigen

Videobeschreibungen verschiedener Artikel welche im Angebot stehen werden sehr oft und gerne von fast 40 % aller Käufer angesehen und erst danach der Bestellbutton gedrückt. Ebenso Bilder oder Fotos die in der Produktansicht zu sehen sind und zusätzlich mit einer Zoom - Funktion daherkommen finden bei über 40 % der K?ufer großen - Anklang und werden auch genutzt. Am besten noch von allen Seiten und wenn möglich in 3D - Format. Unterschätzen Sie auch nicht die Fotoqualität Ihrer Produkte.Herkömmliche Digitale-Kameras reichen nicht mehr aus sondern Spiegelreflexkameras müssen es sein um Ihr Sortiment an den Kunden zu bringen.

Copyright@ Bernd Springer 79539 Lörrach Hartmattenstrasse 55