

Pressemitteilung

frei zur Veröffentlichung ab sofort

Regensburg, 22. März 2017

Praxis-Leitfaden veröffentlicht: So steigern Online-Händler Ihre Konversionsraten im Bestellprozess

Um die Relevanz und das Potenzial der Optimierung des Checkout-Prozesses in Online-Shops herauszuarbeiten, hat das Forschungsinstitut ibi research an der Universität Regensburg im Rahmen des E-Commerce-Leitfaden-Projektes den Praxis-Leitfaden „Optimierung des Checkouts: Mission possible!“ erstellt. Er richtet sich insbesondere an kleine und mittlere Unternehmen und will diese bei der Erstellung eines eigenen Checkout-Konzeptes unterstützen. Zusätzlich kann der Leitfaden im Vergleich mit einem bereits bestehenden Bestellprozess eine Hilfestellung sein, um weiteres Optimierungspotenzial ableiten zu können. Die Mission eines jeden Online-Shops, mehr Besucher in Käufer zu verwandeln, „is(t) possible“, wenn den Händlern bewusst ist, worauf sie achten müssen.

Als Checkout versteht man im elektronischen Handel den Bereich in einem Online-Shop, den ein Kunde durchlaufen muss, um seine Bestellung abzuschließen. Dieser Checkout-Prozess besitzt einen hohen Stellenwert für Online-Händler: Eine Vielzahl an potenziellen Kunden stöbert im Shop, fügt dem Warenkorb mit echter Kaufabsicht Artikel hinzu, geht aber anschließend im Checkout als Käufer verloren. Sämtliche – teilweise teure – Marketingmaßnahmen haben deshalb keinen Nutzen, wenn ein Webshop-Besucher am Ende doch nichts bestellt. Durch eine Optimierung des Checkouts können die Abbruchquoten gesenkt und damit die Konversionsraten gesteigert werden, was einen wichtigen Erfolgsfaktor für Online-Händler darstellt. Doch auf was ist nun im konkreten Fall zu achten, und wie sollte ein Checkout-Prozess im Online-Shop aussehen, damit er benutzerfreundlich konzipiert ist?

Grundsätzlich gilt: „Um einem Kunden seinen Online-Einkauf so einfach wie möglich zu gestalten, sollten die nötigen Schritte für die Online-Bestellung übersichtlich und verständlich konzipiert sein.“, so Manuela Paul von ibi research. Das klingt jedoch einfacher als es ist: Der gesamte Bestellprozess besteht aus vielen einzelnen Funktionen und Prozessschritten. Ein Online-Shop steht somit vor der Herausforderung, diese einzelnen Prozessschritte gemäß ihren Abhängigkeiten sinnvoll aufzuteilen bzw. zu gliedern, und für den potenziellen Kunden verständlich zu gestalten. Im gesamten Dokument finden sich dafür sogenannte best practice Beispiele aus verschiedenen Online-Shops, um eine möglichst praxisnahe Darstellung zu gewährleisten.

Ergänzt werden die Ausführungen um ein Experten-Interview mit Christof Ruoff vom E-Commerce-Leitfaden-Partner atriga zu einem wichtigen Teilaspekt im Checkout-Prozess: der Auswahl der angebotenen Zahlungsverfahren. „Was nutzen all die enormen Aufwände in den vorgelagerten Bereichen, also z. B. Werbung, Marketing, Suchmaschinenoptimierung, Shop- und Sortimentsgestaltung, wenn der Shop-Besucher nicht zum zahlenden Käufer „konvertiert“, nur weil er beispielsweise die von ihm bevorzugte Zahlungsart im Shop nicht vorfindet.“, sagt der Experte.

Das Interview veranschaulicht damit die Möglichkeiten einer Zahlungswegesteuerung und darüber hinaus den Umfang einer Bonitätsprüfung und erklärt, welches Optimierungspotenzial allein in der Funktion einer umfassenden Risikomanagementlösung steckt.

Abschließend werden die wichtigsten Punkte nochmals systematisch und übersichtlich in einer Checkliste zusammengefasst.

Die wichtigsten Inhalte der Publikation auf einen Blick:

- Der Checkout im Überblick
- Die einzelnen Checkout-Schritte und ihre Bestandteile
- Experteninterview zum Thema Zahlungsverfahrensteuerung
- Mit Checkout-Abbrüchen konstruktiv umgehen
- Checkliste für die Optimierung eines Checkout-Prozesses

Das vollständige Dokument „Optimierung des Checkouts: Mission possible!“ steht kostenlos zum Download zur Verfügung unter: www.ecommerce-leitfaden.de/studien

Die wichtigsten Informationen zur Studie auf einen Blick:

| | |
|------------------|--|
| Titel: | Optimierung des Checkouts: Mission possible! |
| Methodik: | Whitepaper |
| URL: | www.ecommerce-leitfaden.de/studien |

Über das Projekt „E-Commerce-Leitfaden“:

Um Antworten auf die wichtigsten Fragen rund um den elektronischen Handel zu geben, hat sich ein Konsortium bestehend aus namhaften Lösungsanbietern und dem Forschungs- und Beratungsinstitut ibi research an der Universität Regensburg zusammengeschlossen. atriga, Concardis, ElectronicSales, Händlerbund, Hermes Germany, RatePAY, SHI, SIX Payment Services, SoftENGINE und Speed4Trade bündeln in diesem Projekt ihr Know-how und ihre Erfahrungen, um zusammen mit ibi research die wichtigsten Informationen für Online-Händler und solche, die es werden wollen, in einfach verständlicher und prägnanter Form zusammenzustellen.

Weitere Informationen: www.ecommerce-leitfaden.de

Über ibi research:

Seit 1993 bildet die ibi research an der Universität Regensburg GmbH eine Brücke zwischen Universität und Praxis, arbeitet also mit den Methoden der Wissenschaft an den Themen der Praxis, mit klarem Schwerpunkt auf Innovationen und deren Umsetzung.

ibi research konzentriert sich dabei auf die Themenfelder Digitalisierung der Finanzdienstleistungen und des Handels, im E-Business genauso wie im Multikanal und im B2C-Geschäft genauso wie im B2B-Geschäft. Das Forschungsspektrum reicht von der Marktanalyse und Geschäftsmodell-Entwicklung über Prozessgestaltung und Data Analytics bis hin zu Fragen der Governance und Compliance. Zugleich bietet ibi research umfassende Beratungsleistungen zur Umsetzung der Forschungs- und Projektergebnisse an und ist Initiator und Herausgeber des E-Commerce-Leitfadens (www.ecommerce-leitfaden.de).

Weitere Informationen: www.ibi.de

ibi research freut sich über den honorarfreien Abdruck dieser Pressemitteilung.

Bei Interesse an weiteren Informationen, Artikeln etc. wenden Sie sich bitte an:

ibi research an der Universität Regensburg
Mira Tauscher
Galgenbergstraße 25
93053 Regensburg

Telefon: 0941 943-1901
Telefax: 0941 943-1888
E-Mail: team@ecommerce-leitfaden.de