

Fünf goldene Regeln der Online-Shop-Gestaltung

Von Kopf bis Fuss auf Kunden eingestellt – das gilt zu 100% auch für gute Online-Shops. Die Basis: interessante Produkte und kundenfreundliche Services. Doch wie wichtig sind schickes Design, flotte Marketingtexte und neueste technische Feinheiten? Weniger wichtig als gedacht, wenn es um die Shopgestaltung geht.

Quick-Info

Aufwendiges Design und technische Feinheiten gefährden den Erfolg eines Online-Shops.

Übersichtlichkeit, Struktur und Verständlichkeit fördern die Nutzerfreundlichkeit und damit die Kundenbindung.

Mehr zum Thema:
www.heise-resale.de

Nutzerfreundlich = Kunden bindend

Online-Shops sind eine Spezialform von eBusiness-Webseiten. Hier gelten die gleichen Regeln für Nutzerfreundlichkeit bei der technischen und inhaltlichen Gestaltung. Das Besondere: der Nutzer kommt als Kunde mit einer höheren Erwartungshaltung daher. Diese muss erfüllt werden, sonst kann man den Online-Shop als Umsatzbringer ein für alle mal vergessen. Andererseits kann aus dem Gelegenheitskäufer ein Stammkunde und Weiterempfeher werden, wenn Sie auf seine Nutzerwünsche eingehen und ein angenehmes Shopping-Erlebnis liefern.



Eine handvoll Regeln für den Erfolg

Online-Shop-Nutzer sind wie scheue Rehe: mühsam angelockt, schnell verscheucht, kaum zu zähmen. Es sei denn, als Shopbetreiber nehmen Sie Rücksicht auf Wahrnehmungs- und Nutzungsgewohnheiten Ihrer Kunden und verhelfen ihnen zu einem Einkauf mit Wohlfühlcharakter.

1. Top-Qualität gilt auch für Inhalte

Sorgfältig formulierte, gut verständliche Produktbeschreibungen ohne Rechtschreibfehler helfen dem Kunden bei der Kaufentscheidung ebenso wie eine ausreichende Anzahl von Bildern in hoher Auflösung aus unterschiedlichen Perspektiven und variierbarer Größe (Zoom).

2. Struktur hilft bei Orientierung

Produkte in sinnvolle Kategorien eingeteilt und mit gut verständlichen Schlagwörtern versehen sorgt dafür, dass der Kunde das Gesuchte schneller findet, idealer Weise auch über entsprechende Suchhilfen. Zusätzlich erleichtert ein klarer Seitenaufbau, gekennzeichnet durch gut sichtbarem Warenkorb mit Einkaufssumme und deutlich abgegrenzten Werbe-/Produkt-/Kundenbereichen, die Orientierung.

3. Funktion geht vor „Schnickschnack“

Technische und optische Raffineszen liefern Abbrüche statt Abschlüsse. Schneller Seitenaufbau, verständliche Schalter und Menüs, die sich an den Standards anerkannter guter Online-Shops orientieren, überzeugen den Kunden mehr als kreative Designs und „coole Apps“.

4. Wahlfreiheit macht zufriedene Kunden

Online-Zahlung ist eine Frage des Vertrauens und der Erfahrungen des Einzelkunden. Deshalb ist es wichtig, ein Auswahl verschiedener Zahlungsarten anzubieten. Natürlich müssen Sie Ihr Ausfall-Risiko im Auge behalten, doch hierfür gibt es inzwischen eine Vielzahl von Lösungen.

5. Transparenz schafft Vertrauen

Wie hoch sind die Versandkosten? Wer macht den Versand? Wie sind die Rückgabebedingungen? Was passiert mit Kundendaten? Klären Sie den Kunden über diese wichtigen Details gut sichtbar und verständlich auf. Diese vertrauensbildende Maßnahme rundet das Gesamtpaket positiv ab.

Fünf goldene Regeln der Online-Shop-Gestaltung

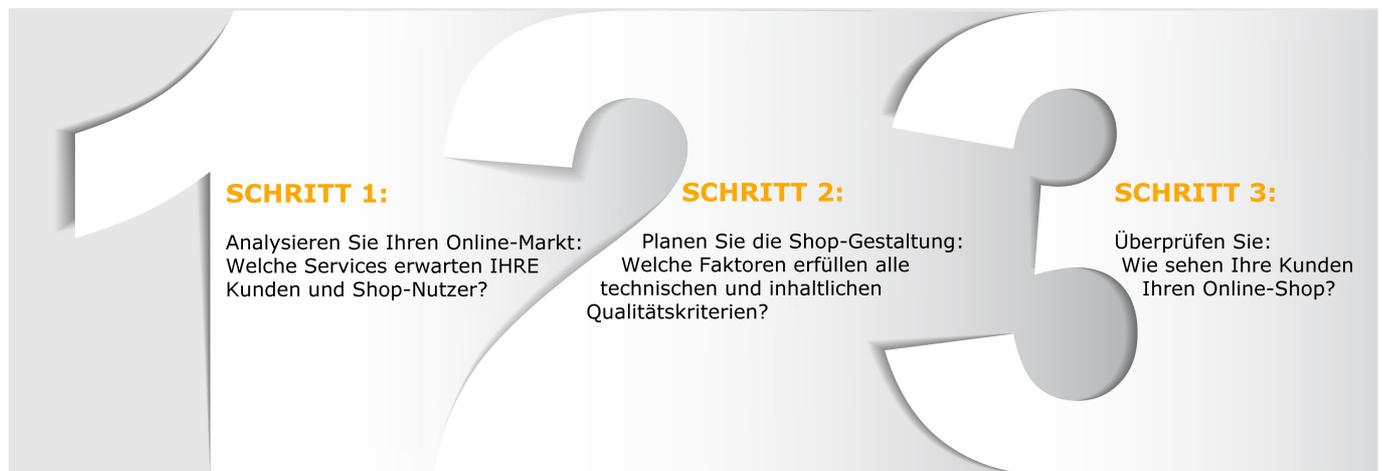
Gut zu wissen:

Mietshop-Lösungen und Baukasten-Systeme können helfen, die schlimmsten Fehler zu vermeiden. Sie ermöglichen dabei einen schnellen, bezahlbaren Einstieg. Seriöse Shop-Anbieter liefern hierzu Testzugänge oder Mustershops.

Weitere Tipps und Infos:
www.heise-resale.de

Tipps für die Praxis

Probieren geht über Studieren: Testen und vergleichen Sie verschiedene Shopsysteme. Fragen Sie den Anbieter Ihrer Wahl nach Referenzen. Initiieren Sie Testkäufe. Orientieren Sie sich bei der Gestaltung auch an Online-Shops, die Sie vorbildlich finden. Hören Sie dabei ruhig auf Ihr Bauchgefühl: Wenn Sie nicht auf Anhieb mit Ihrem Online-Shop klarkommen, gelingt es Ihren Kunden später auch nicht.



Alle Anforderungen klar? Offene Fragen?

Erfahren Sie mehr über Shoplösungen, lassen Sie sich bei der Auswahl und Gestaltung Ihres Onlineshops beraten, fragen Sie nach einem passenden Angebot. Wir sind bereit.