

Light-Shopper auf dem Vormarsch - Was ist Shopbesuchern wichtig?

☒ Durch die stärkere Durchdringung des E-Commerce-Marktes werden zunehmend Zielgruppen wichtig, die eher im Hintergrund standen. Eine solche Zielgruppe könnten laut einer Studie von Logan Tod & Co genau die Verbraucher sein, die bisher einen eher kleinen Teil ihrer Ausgaben online tätigten ("Light Shopper"). Welche Merkmale muss ein Shop für die optimale Ansprache erfüllen?

Um rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft bereit für Online-Einkäufe zu sein, raten die eCommerce-Consulter Logan Tod & Co den Händlern, sich schon jetzt um eine Überarbeitung ihrer Internet-Auftritte zu kümmern. Dabei sollen insbesondere Light-Shopper - zumeist ältere und reichere Kunden - erreicht werden. Denn diese Kunden, deren Online-Ausgaben weniger als ein Viertel der Gesamtausgaben ihrer Weihnachtsausgaben ausmachen, sind die am schnellsten wachsende Kundengruppe. Und werden in diesem Jahr für eine Steigerung der Online-Umsätze um 57 Prozent sorgen, glaubt Mathew Tod von Logan Tod & Co. Bei den Heavy-Shoppern, die mehr als drei Viertel der Gesamtsumme online ausgeben, sind es 28 Prozent. (via ecin)

Da das Alter der Light-Shopper im Gegensatz zu den meist jüngeren "Heavy-Shoppern" bei über 50 Jahren liegt, sollten Shopbetreiber den Internetauftritt an die Bedürfnisse dieser älteren Kunden anpassen. Die fünf wichtigsten Merkmale, die Online-Shops für den Erfolg bei Light-Shoppern erfüllen müssen, sind laut der Studie:

Gute Suchfunktion (67 Prozent)

Aussagekräftige Beschreibungen und Abbildungen der Produkte (55 Prozent)

Faire Lieferbedingungen (44 Prozent)

Einfache Navigation (42 Prozent)

Verfügbarkeitsanzeige der Produkte (38 Prozent)