Der 5-Sekunden-Test für Online-Shops

Was erwartet den Besucher bei einem Besuch Ihres Online-Shops und was geht den Besuchern Ihres Shops in den ersten 5 Sekunden auf Ihrer Webseite durch den Kopf? Dies ist eine sehr wichtige Frage, denn am Ende ist dies oft die zeitliche Größenordnung, die Sie haben, bevor der Besucher den “Zurück-Button” drückt.

Wie vermittelt man Besuchern einen guten ersten Eindruck?

Lassen Sie uns zunächst einige Vermutungen anstellen, was in den ersten Sekunden eines Besuches auf einer Webseite passiert.

Sekunde 1: “Erster Eindruck”

Der erste Eindruck ist oft ausschlaggebend. Welche Teile Ihrer Seite werden zuerst geladen? Ihr Logo? Ihre Navigation? Werbebanner? Während Ihre Seite lädt, bildet sich der Besucher unbewusst bereits sein eigenes Bild auf Basis Ihres Webseiten-Designs.

Obwohl Besucher in der Regel nicht über Webdesign-Kenntnisse verfügen, können sie doch sehr schnell schlecht gestaltete Webseiten identifizieren und verlassen diese oft schnell auf Grund mangelnden Vertrauens. Wenn schon Ihr Webdesign schlecht ist, welche Schlüsse lassen sich dann daraus auf Ihre Produkte oder Dienstleistungen ziehen? Somit ist der erste Eindruck leider oft auch der Letzte.

Sekunde 2: “Wer sind Sie und was bieten Sie an?”

An diesem Punkt sollte der Besucher den Sinn Ihrer Seite erfahren. Ihre “Landing-Page” sollte klar kommunizieren, wodurch Sie sich hervorheben und was Ihre Waren oder Dienstleistungen einzigartig macht.

Bedenken Sie dabei, dass Besucher aus allen Richtungen auf Ihre Seite kommen und vernachlässigen Sie deshalb nicht Seiteneingänge wie Produkt- oder Kategorieseiten. Vermittelt Ihr Webseiten Header die Einzigartigkeit Ihres Shops oder befindet sich ein Hinweis darauf nur auf der Startseite?

Sekunde 3: Relevanz

Wichtig ist auch, dass der Besucher, wenn er auf Ihrer Seite ankommt, ein für seinen bei Google eingegebenen Suchbegriff relevantes Angebot vorfindet. Wie auch immer die Besucher auf Ihre Seite gelangt sind, jetzt gilt es, sie davon zu überzeugen, dass Ihre Seite hält, was sie verspricht und sich ein zum Keyword passendes Angebot auf der Seite befindet.

Sekunde 4: Das Kaufargument

Die verschiedenen Arten von Besuchern sprechen auf unterschiedliche Kaufargumente an. Für den einen mag es “kostenloser Versand” sein für den anderen “10% Rabatt”. Wieder andere Besucher benötigen eine emotionale Verbindung oder ein entsprechendes Einkaufserlebnis, um sich für ein Produkt zu entscheiden.

Es gibt aber auch Besucher, die einfach nur schnell und einfach ein Produkt erwerben möchten. Wichtig ist, dass Sie Ihre Zielgruppe verstehen lernen und Ihre Webseiten entsprechend gestalten.

Sekunde 5: Action!

Der Besucher wird sich in diesem Moment fragen: “Was mache ich als nächstes?” Sie haben es bereits geschafft, die Aufmerksamkeit des Besuchers für 4 Sekunden zu erregen. Jetzt geht es darum, eine Handlung des Besuchers herauszufordern.

Es sollte an dieser Stelle keinen Zweifel darüber geben, was Sie von dem Besucher Ihrer Webseite erwarten. Die gute Nachricht ist, dass der Besucher es bis hier geschafft hat. Die schlechte Nachricht ist, dass alles auf der nächsten Seite alles wieder von vorne beginnt: Relevanz-Kaufargument-Action.

Sie zweifeln daran, dass Besucher von Webseiten Ihre Entscheidungen in so kurzer Zeit treffen? Machen Sie einen Selbstversuch und beobachten Sie, wie schnell Sie Urteile über Webseiten treffen und diese wieder verlassen.

Werden Sie nur 5 Sekunden Zeit von jedem Besucher bekommen? Natürlich nicht! Jeder Besucher ist anders und dies ist nur ein künstliches Szenario. Aber eines haben alle Webseiten-Besucher gemein: sie haben keine Lust, ihre Zeit auf nicht überzeugenden Webseiten zu vergeuden…

Diesen Beitrag haben wir mit freundlicher Genehmigung von Justin Palmer von Palmer Webmarketing für Sie ins Deutsche übersetzt. Den Originalbeitrag finden Sie hier.