

Steigern Sie die Umsätze Ihres Online-Shops!

✘ Wenn es darum geht, die Umsätze eines online agierenden Unternehmens zu steigern oder auch nur die Kundenzufriedenheit zu erhöhen, fällt die Auswahl des richtigen Instruments oft schwer. Die Firma Marketing Sherpa hat Maßnahmen der Kundenbindung und Neukundengewinnung im B2C Online-Handel untersucht und die Ergebnisse in einer aktuellen Studie vorgestellt.

Was sind die effektivsten Maßnahmen zur Umsatzsteigerung?

Knappheit erzeugen

Eine der effektivsten Methoden zur Umsatzsteigerung ist es, beim Kunden durch limitierte Angebote einen Eindruck der Knappheit zu erzeugen und ihn dadurch zum Kauf zu bewegen. Dies kann dadurch geschehen, dass Angebote zeitlich begrenzt werden oder ein Produkt eine beschränkte Verfügbarkeit besitzt. Diese Art von Angeboten hat sich bereits über geraume Zeit im Offline-Bereich bewährt und kann im Online-Bereich genauso gut eingesetzt werden.

Kundenloyalität erzeugen

Ein wichtiger Unterschied zum Offline-Bereich besteht jedoch darin, dass im Online-Bereich die Konkurrenz nur einen Klick entfernt ist. Somit gilt es, die Kunden nicht nur zum Kauf im Shop zu bewegen, sondern diese auch an den Shop zu binden, damit sie beim nächsten Einkauf wiederkommen. In der Studie nehmen sogenannte loyalty-programs den zweiten Platz ein. Punkte-Systeme, das Sammeln von Miles oder angesparte Rabatte scheinen beim Kunden einen größeren psychologischen Effekt zu haben als ihr Geldwert. 3000 Miles klingt eben doch besser als 30 Euro Rabatt in realem Geld.

Positive Effekte durch Bewertungssysteme

Die Einführung von Bewertungssystemen und Informationen sowie eine professionelle Präsentation der Produkte sind Maßnahmen, die auch ohne aufwendige Mitgliedschaftsprogramme realisiert werden können. 74 % der Befragten bestätigten die positiven Effekte dieser Methode auf Umsätze und Kundenbindung. Produkt-Videos scheinen einen ähnlich positiven Effekt zu haben, denn durch diese Art der Präsentation bekommt man als Kunde oft einen besseren Eindruck von den Eigenschaften eines Produktes als durch die herkömmlichen Arten der Präsentation.



Das Einkaufserlebnis zählt

Die heutigen interaktiven, dynamischen eCommerce Plattformen scheinen Lichtjahre entfernt zu sein von den statischen Online-Shops aus der letzten Dekade. Dadurch wird es heute möglich, dem Kunden ein wirklich unterhaltsames und einzigartiges Einkaufserlebnis zu bieten und dadurch den Kunden an sich zu binden.

Der Preis wird natürlich stets eine wichtige Rolle bei der Kaufentscheidung spielen, jedoch entwickelt sich die immer mehr vernetzte Welt der Konsumenten und Geschäftskunden schnell weiter. In Zukunft werden Investitionen in Kundenservice und Einkaufserlebnis das Meinungsbild der Online-Kunden positiv mitbestimmen und so auch in Umsätzensteigerungen für den jeweiligen Shop resultieren.

Die komplette Studie erhalten Sie bei Marketing Sherpa.