

Drei Dinge, die Sie beim Relaunch Ihres Shops im Blick haben sollten

✖ Der Relaunch macht vieles besser und schöner und ist das große Update Ihres Shops. Shopbetreiber machen alle ein bis zwei Jahre einen umfangreichen Relaunch, um den Shop wieder auf den neuesten Standard zu bringen. Nichts spricht gegen einen Relaunch, aber folgendes sollten Sie beachten.

In diesem Gastbeitrag gibt Johannes Altmann drei wertvolle Tipps für den erfolgreichen Relaunch eines Onlineshops.

Identität bewahren

Ihr Online-Shop ist eine Marke und hat ein Image. User erkennen ihn an den typischen Farben, der besonderen Navigation oder der vielleicht an eine besonderen Startseite. Das typische für Ihren Online-Shop sollten Sie immer bewahren, damit Kunden ihn wieder erkennen. So müssen zumindest die Grundfarben, der Name, Slogan und Logo erhalten bleiben. Schreiben Sie noch vor dem Relaunch auf an was Ihre Kunden den Shop erkennen sollen – was typisch und einzigartig für Ihren Shop ist. Diese Elemente sollten immer bestehen bleiben.

Probleme lokalisieren, Optimierungen definieren

Im Relaunch sollen Unstimmigkeiten im Shop entfernt werden. So wird häufig der Bestellprozess, die Produktdarstellung und die Navigation verbessert. Um eine Verbesserung zu ermöglichen müssen die Probleme lokalisiert werden. Eine genaue Analyse ist daher essenziell. Die Shopstatistik oder eine Usability Analyse verraten Ihnen Details über Shopausstieg und Bestellabbrüche, zeigt verwaiste Navigationselemente und unnötige Unterseiten oder nicht mehr aktuelle Shopelemente auf. Überprüfen Sie außerdem, ob Sie nicht zu sehr am Standard Ihrer Shopsoftware sind. Häufig sind Funktionen integriert, die für Ihren Shop nicht sinnvoll sind. Z.B. Merkliste, Produktvergleich, Hilfe-Seiten, Geschenkverpackungsoption und anderes. Diese Elemente sollten Sie konsequent aus dem Shop streichen.

Aus Erfahrungen lernen

Vermeiden Sie den Komplettrelaunch bei dem kein Stein auf dem anderen bleibt. Sie haben dann zwar viele alte Probleme gelöst aber auch wieder viele neue geschaffen. Konsequent besser werden heißt Stück für Stück an vielen Ecken besser werden.

Über den Autor:

✖ Johannes Altmann ist Gründer und Geschäftsführer der E-Commerce-Beratung Shoplupe GmbH. Altmann ist Spezialist für die Optimierung von Online-Shops hinsichtlich Nutzerfreundlichkeit. Durch innovativen Usability Services und Mystery Shopping durch verdeckte Testkäufer garantiert Shoplupe eine konsequente Qualitätssicherung sowohl für kleine Online-Shops als auch große Versandhändler.