

4 Tipps zur Optimierung der Kontaktseite im Online-Shop

☒ Der selbstverständliche Kontaktbereich gehört bei vielen Websites und Online-Shops eher zu den Seiten, denen bei der Erstellung nicht die nötige Aufmerksamkeit geschenkt wird. Ihre Chance: Heben Sie sich hier von Ihren Mitbewerbern ab.

Lesen Sie hier, wie Sie Ihren Kontaktbereich optimieren können.

Auch im Online-Handel ist der persönliche Kontakt zu den Kunden ein wichtiger Kanal. Denn so lassen sich beispielsweise Missverständnisse bei einer Bestellung oder Retourenabwicklung schnell und unkompliziert klären und der Kunde behält den Shop in positiver Erinnerung. Schon die Gestaltung der Kontaktseite in einem Online-Shop sagt viel über die Bereitschaft des Shopbetreibers aus, mit seinem Kunden in Dialog treten zu wollen.

Sie erhöhen die Zufriedenheit und Selbstsicherheit bei Kontaktaufnahmen durch diese vier Faktoren:

Machen Sie die Kontaktbereich leicht auffindbar
Geben Sie dem Besucher verschiedene Kontaktmöglichkeiten
Erklären Sie ihm, wann Sie erreichbar sind
Werden Sie persönlich.

Auffindbarkeit

Der Kontaktbereich sollte von jeder Seite Ihres Shops aus leicht erreichbar sein. Wenn ein potenzieller Kunde Fragen hat, oder vielleicht schon genervt ist, frustrieren Sie diesen nicht noch durch eine lange Suche. Platzieren Sie den Link zum Kontaktbereich prominent. Achten Sie hierbei auch auf eine eindeutige Formulierung für den Link-Text: „Kontakt“ oder „Kunden-Service“ sind optimal.

Vielfältigkeit

Bieten Sie Ihren Kunden mehrere Möglichkeiten Sie zu erreichen: per E-Mail, telefonisch und über ein Web-Formular. Letzteres ist praktisch für Personen, die gerade keinen Zugang zu ihrem e-Mail-Konto haben.

Erreichbarkeit

Niemand kann von Ihnen verlangen, eine 24-Stunden-Telefon-Hotline anzubieten. Achten Sie deshalb bei Ihrer Anrufbeantworteransage darauf, dass Sie dem Anrufer erklären, dass er gerade außerhalb Ihrer Geschäftszeiten anruft und wann Sie wieder für ihn erreichbar sind.

Geben Sie bei der Angabe Ihrer e-Mail-Adresse und Ihrem Web-Formular an, wie lange Sie normalerweise für eine Antwort benötigen. So kann sich der Absender darauf einstellen.

Liefern Sie auch ins Ausland? Hier ein Profitipp: Geben Sie neben Ihren Geschäftszeiten an, wie spät es gerade bei Ihnen ist. Somit ersparen Sie dem Besucher die Mühe, dies herauszufinden, wenn er sich nicht in Ihrer Zeitzone befindet.

Persönlichkeit

Minimieren Sie die Hemmung des Kunden, Sie anzurufen: Stellen Sie Ihre Kontaktperson oder Ihr Service-Management kurz vor. Ein Name und ein professionelles Portraitfoto reicht hier absolut aus. Mit dieser Maßnahme nehmen Sie dem Kunden das Gefühl, in einem riesigen anonymen Callcenter zu landen oder von „Antwort-Programmen“ bedient zu werden.