Shopoptimierung: Warum Amazon kein Vorbild ist

Die kreative Imitation ist eine erfolgversprechende Optimierungsstrategie. Nicht wenige Online-Händler orientieren sich an den Amazons und Ottos dieser Welt, um ihren Shop erfolgreicher zu gestalten. Eine Entscheidung mit Risikofaktor, meint Usability-Experte Johannes Altmann.

Warum Amazon nicht als Vorbild taugt, lesen Sie hier.

„Aber Amazon macht das auch so" ist eines der häufigsten Argumente, wenn man über Features, Usability und Layout im Shop diskutiert. Klar: Amazon ist richtig erfolgreich und die haben auch ziemlich viel richtig gemacht. Trotzdem dient Amazon nicht unbedingt als Patentrezept und Nachahmungsobjekt für Online-Shops. Meine Theorien warum man Amazon nicht kopieren sollte:

Ein User geht typischerweise in einen Shop, versucht eine Kaufentscheidung zu treffen und bestellt anschließend. Amazonkunden gehen zu Amazon, um ein Produkt zu kaufen. Die Kaufentscheidung haben sie längst getroffen, das richtige Produkt steht bereits fest. Amazon ist letztendlich nur noch die praktische, einfache Plattform, um eine Bestellung aufzugeben.

Bei Amazon funktioniert die Zahlung, die Lieferung und auch die Retoure und Amazon hat jedes Produkt – deshalb ist Amazon der Shop in dem man bestellt. Amazon ist eher ein Logistiker als ein Shop.

Amazon selbst ist die Verfügbarkeit und die schnelle Lieferung viel wichtiger als schöne Produktabbildungen und ausführliche Beschreibungen. Die Produktdetailseite bei Amazon sieht schrecklich aus. Alles durcheinander, zu viele Störfeuer, zu viel Cross Promotion. Bei Amazon weiß man ja eh, dass ein Kunden entweder sofort nach Auffinden des Produkts bestellt oder nie. Scrollt der User etwas nach unten ist die Conversion schon vorbei, dann versucht man ihn wenigstens mit anderen Produkten noch zu inspirieren.

Ein „echter" Shop würde versuchen eine klar strukturierte Detailseite zu entwickeln, möglichst vorwärtsorientiert den User zu führen und Ablenkungen zu minimieren.

Amazon hat's an vielen Stellen einfacher. Die Frequenz der User ist extrem hoch. Wie häufig sind Sie bei Amazon? Sie kennen jede Funktion und kennen sich richtig gut im Shop aus. Diese ist die Usability Regel Nummer 1: Ein Shop muss leicht verständlich und leicht erlernbar sein. Natürlich ist der gelernte Amazon angenehmer und leicht zu bedienen als ein neues, völlig unbekanntes Shopssystem.

Daher: Amazon ist ein guter Shop – wer Amazon kopiert läuft allerdings Gefahr auf's falsche Pferd zu setzen. Amazon ist anders, User bei Amazon sind anders und daher dient Amazon lediglich als Inspiration für den eigenen Online-Shop.

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.