

Die 7 Sekunden-Regel

☒ Während Mobilität und Social Networks zukünftig immer relevanter werden, ist die Schnelligkeit im Shop, einer Katalog-Seite oder Anzeige seit je eine der wichtigsten Forderungen. Der Mensch nimmt in einer zwanzigstel Sekunde eine erste emotionale Grundstimmung auf: Wenige Sekunden entscheiden über den Erfolg.

Was können Sie in 7 Sekunden erreichen?

Der Nutzer nimmt über ein Key-Visual beziehungsweise den Cover-Shot wahr, ob das Angebot für sein Alter, seine Ansprüche, seine Preis-Erwartung geeignet ist.

Klare Organisation zeigt ihm, wo er zusätzliche Informationen finden kann.

Trust-Marks wie Testimonial, Bewertungen oder Siegel sind indirekte Transaktions-Aufforderungen.

Der zwingend kommunizierte Angebotsvorteil bildet den wirtschaftlichen Anker. Ein solcher Angebotsvorteil kann zum Beispiel schon ein gestalteter Preis, ein Streichpreis, ein Bündelrabatt, ein Service oder eine Garantie sein.

Ein klarer Call-to-Action leitet den kommenden Schritt ein.

Fünf Elemente, die jeder für sich die Conversion heben. Wie viele setzen Sie auf Ihrer Shopseite ein?

Über den Autor:

☒ Martin Groß-Albenhausen ist Chefredakteur und Herausgeber des renommierten Branchenmagazins "Der Versandhausberater" und einer der führenden Experten für Versandhandel, Direktmarketing und e-Commerce. Der Versandhausberater informiert seit 1961 Woche für Woche über aktuelle Trends und Entwicklungen im Versandhandel in Deutschland. Mehr Informationen finden Sie [hier](#).