

E-Mail von Altmann: Die Macht der Gewohnheit

☒ Der schlimmste Tag im September war der Tag an dem ich mein iPhone verloren habe. Nach zwei Wochen vergeblicher Suche kaufte ich schließlich ein Nokia Handy mit dem Microsoft Betriebssystem. Eine Erfahrung die ich in der Tat nicht Missen will aber sicher auch nie mehr brauche.

Gewohnheiten spielen auch im E-Commerce eine große Rolle.

Der Mensch ist ein Gewohnheitstier und liebt Ordnung und Struktur im Leben. So hat mich die neue Kalenderanzeige genervt, die Schriftart der Mails, die Navigation und vieles mehr auf dem Nokia-Gerät. Der Tag ist eh schon stressig - ich will wenigstens ein paar Dinge auf die ich mich verlassen kann.

Vielleicht ist dies auch ein Erfolgsrezept von Amazon. Die Gewohnheit, dass alles auffindbar ist, dass die Bezahlung funktioniert. Die Verlässlichkeit, dass morgen die Ware da ist und die Retoure problemlos funktioniert. Das Ritual ist ein Marketinginstrument und die Kontinuität ein Qualitätsfaktor. Es gibt Dinge, die bleiben immer gleich und sind nur deshalb richtig gut.

Ein Ritual ist ein immer wiederkehrender Vorgang, der den Alltag strukturiert und erleichtert. Der morgendliche Kaffee, der kurze Check bei Spiegel.de und Facebook und anschließend das Abarbeiten der Mails.

Ein Ritual erleichtert komplexe Dinge und gibt dem User Sicherheit. Sicherheit bei der Bedienung von Online-Shops bedeutet weniger Abbrüche und höhere Conversion Rates. Der eine User checkt erst die Kundenmeinungen und das Impressum, der andere User wirft immer alle Produkte erst in den Einkaufswagen. Rituale können Sie bereits in Ihrer Statistik feststellen. Was machen User als erstes, wohin gehen sie anschließend.

Onlinedruckereien fordern einen bestimmten Ablauf, um die Konfiguration und Bestellung zu ermöglichen. So entsteht ein gewisses Ritual, an das sich der User gewöhnt und sich darin sicher fühlt. Rituale sind auch Standards, die sich im Internet ergeben haben. Die Funktion eines Warenkorbs, die Schritte im Bestellprozess oder die erwartete E-Mailbestätigung nach der Bestellung.

Wer Rituale im Shop ermöglicht kann diese für sich nutzen. Rituale stellen sich erst nach langer Zeit ein. Eine Gewohnheit haben nur Stammkunden. Diese finden sich einfacher zu Recht finden und finden Ihren Shop attraktiver. Gewohnheiten sollten nicht durch eine Veränderung unterbrochen werden. So müssen bei einem Relaunch essenzielle Elemente erhalten bleiben. Die Relaunches von Amazon sind immer sehr vorsichtig aber doch sehr innovativ. Die Anpassung von Apples iPhone nur minimal aber die signifikant.

Der Einstieg nach Marke ist in manchen Sortimentsumfeldern ein Ritual. Die vorwiegende Suche über Artikelnummern ist ein typisches Ritual bei Katalogversendern. Auch die Reihenfolge einer Variantenauswahl ist interessant. Wählt der Kunde erst die Farbe oder erst die Größe? Rituale haben Potenzial. Bei den vielen Innovationen und neuen Shops und Services werden User sich gerne an Vorhandenem orientieren. Ihr Shop kann durch konsequentes Gleichbleiben auch einzigartig werden.

Raus mit dem Druck der Veränderung, bleiben Sie Ihrer Linie treu und werden Sie einfach nur besser.

Über den Autor

☒ Johannes Altmann ist Gründer und Geschäftsführer der Shoplupe GmbH. Er berät mit seinem Team Online-Shops wie Herrehausstatter.de, Dallmayr, Jako-o oder Strenesse. Johannes Altmann ist Dozent an der Akademie des Deutschen Buchhandels und Initiator der Branchenauszeichnung "Shop

Usability Award“. Laut exciting commerce ist Johannes Altmann Deutschlands bester Shopberater.