

E-Mail von Altmann: Conversion Optimierung aus dem Ärmel geschüttelt!

☒ Liebe Shopbetreiber, der klare Menschenverstand ist das wertvollste Gut und lässt sich immer gut verkaufen. Denn hierbei handelt es sich um eine Kombination aus analytischem Denken und Bauchgefühl. Deshalb gibt es auch viele Berater und Optimierer im Netz. Alle haben drei Erfolgsfaktoren:

Ein neutraler Blick, etwas Zeit und klarer Menschenverstand.

Wenn ich mir Dinge mit etwas Abstand ansehe und dabei mehr Zeit hab als der Shopbetreiber selbst, komme ich auf viele gute Ideen. Mit dem nötigen Menschenverstand kombiniere ich die Probleme mit vorhandenen Lösungen und erhalte sinnvolle Ergebnisse. Mit viel Erfahrung werde ich viel besser!

Klar auf der Hand sind 5 Conversion Maßnahmen, die sie nicht mehr testen brauchen. Einfach umsetzen und "Conversion Uplift" genießen.

Conversion aus dem Ärmel 1: Rechnungskauf

Zahlreiche Studien belegen, dass der Rechnungskauf in Online-Shops zu einer massiven Steigerung der Conversion Rate beiträgt. Klar - ist auch logisch. Payment ist umständlich und viele User haben Angst vor Datenmissbrauch. Die Zahlung per Rechnung erscheint da noch am sichersten. Klar auch, dass User mehr bestellen, denn erstmal muss keiner zahlen. Die Negativseite ist ebenso logisch. Die Retouren steigen.

Conversion aus dem Ärmel 2: Stammkunde

Unsere Analysen haben gezeigt, dass der Stammkunde doppelt so hohe Conversion Rates produziert wie der Erstbesucher. Klingt logisch und ist nachvollziehbar. Der Stammkunde ist hoch qualifiziert, weiß schon was er will, hat weniger Unsicherheiten. Er kauft einfach mit einer viel höheren Wahrscheinlichkeit. Die Attraktivität des Shops muss optimiert werden, um die Conversion zu optimieren.

Conversion aus dem Ärmel 3: Vertrauen

Vertrauen ist ein großes Problem im E-Commerce. Zahlreiche Studien belegen, dass User immer wieder an der Seriosität zweifeln und den Kauf abbrechen. Kein Geheimtipp sondern ganz klarer Menschenverstand: Vertrauen schaffen heißt Conversion optimieren. Thumbnails der Produkte und Lieferzeit im Warenkorb anzeigen, Gütesiegel einsetzen, Kundenmeinungen zeigen, Fragen in FAQs klären und das eigene Unternehmen vorstellen.

Conversion aus dem Ärmel 4: Bestellformular

Oft analysiert und getestet - das Ergebnis war immer das gleiche und es ist logisch. Kein Mensch mag Formulare ausfüllen, daher müssen diese kurz sein. Keine unnötigen Informationen abfragen und Pflichtfelder markieren. Zusatzfelder wie Versandadresse nur auf Anfrage anzeigen, Felder richtig erklären und in die richtige Reihenfolge setzen.

Conversion aus dem Ärmel 5: Versandkosten

Durchschnittlich liegen die Versandkosten bei ca. 4,00 €. Wer darüber liegt, wirkt beim User teuer. Kaufabbrüche sind die Folge. Conversion Optimierung betreiben Sie, wenn die Versandkosten niedrig, einfach verständlich und fair sind. Keine komplizierten Berechnungen, keine Zuschläge, kein Verstecken der Kosten. Transparenz sorgt für mehr Conversion - eh klar!

Viel Erfolg beim Conversion Optimieren ☐

Über den Autor

☒ Johannes Altmann ist Gründer und Geschäftsführer der **Shopluxe GmbH**. Er berät mit seinem Team Online-Shops wie Herrenausstatter.de, [Dallmayr](http://Dallmayr.de), [Jako-o](http://Jako-o.de) oder [Strenesse](http://Strenesse.de). 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.