

So ist der durchschnittliche Bestellprozess gestaltet

☒ Die Konversions-Experten von WebArts haben einmal die Checkouts der Top 100 Online-Shops analysiert. Darunter auch den Bestellprozess vom Warenkorb bis zur Dankesseite. Herausgekommen sind interessante Erkenntnisse, an Hand derer sich der Checkout optimieren lässt.

Im "Checkout-Report Q2-2014" hat die Agentur WebArts 100 Checkouts von Online-Shops untersucht. Die Mehrheit der Shops führen ihre Kunden durch fünf bis sieben Schritte, bis der Kunde endlich auf den Bestell-Button drücken kann.

Auch das sogenannte Tunneling hat sich bereits vielfach durchgesetzt (50 Prozent). Als Tunneling wird das Ausblenden ablenkender Elemente, wie etwa die Navigation bezeichnet.



Interessant ist auch, wie viele Shopbetreiber mit dem Thema Kundenkonto umgehen. Fast 51 Prozent der untersuchten Shops lassen eine Gast-Bestellung. Der Kunde muss also kein Konto beim Shop anlegen. Wenn das Kundenkonto für die Shopbetreiber aber so wichtig ist, so ist einigermaßen unverständlich, warum nur in vier von zehn Fällen die Registrierung durch eine Vorteilsargumentation forciert wird.