

So suchen die Online-Kunden ihre Shops

✖ Da geben Shopbetreiber viel Geld für SEO aus und dennoch will es mit dem Abverkauf nicht so klappen. Das könnte daran liegen, dass es neben Suchmaschinen weitere Kanäle gibt, die am Beginn der Customer Journey stehen. W3B hat sich das Suchverhalten der Online-Shopper einmal genau angeschaut.

Wie also nutzen denn Online-Käufer im Netz nach Produkten? Eine Antwort liefert Fittkau & Maaß in ihrer W3B-Umfrage. Dazu wurden 29.000 Online-Käufer befragt zu ihrem Suchverhalten im Vorfeld eines Online-Kaufes befragt.

Suchmaschinen und persönliche Empfehlungen

An erster Stelle liegen natürlich Suchmaschinen. Sie werden von 19 Prozent der befragten Teilnehmer als Einstieg in die Suche genannt. Doch fast gleichauf liegt der Einstieg über Webseiten mit Testberichten. Diese nutzen fast 18 Prozent der Befragten. Ebenfalls noch hoch im Kurs sind mit mehr als 15 Prozent Preisvergleichsportale. Soweit die Analyse der Online-Kanäle.



Aber auch außerhalb des Webs wird sich über Produkte informiert, selbst wenn diese anschließend im Netz gekauft werden. Ganz vorne stehen hier Empfehlungen von Freunden und Verwandten. 16 Prozent der Umfrageteilnehmer gaben an, auf diese Empfehlungen zu hören. Auch Kataloge und Prospekte haben durchaus ihre Existenzberechtigung im Marketing-Mix eines Distanzhändlers. Immerhin nutzen mehr als 14 Prozent diese Werbemittel zur Produktsuche.