

Wer verkauft besser? Smartphone oder Tablet?

 Wenn es um Mobile Commerce geht, über welches Endgerät verkaufen Shopbetreiber besser? Über das Smartphone oder das Tablet. Und können es die beiden Devices mit dem guten alten Desktop-PC aufnehmen? IntelliAd hat sich das einmal näher angeschaut. Hier die Ergebnisse.

In einer aktuellen Analyse des Kaufverhaltens hat **intelliAd Media** analysiert, wie verkaufsstark das Tablet als Endgerät im Mobile Commerce ist. Als Gegner traten an: das Smartphone und der Desktop-PC. Ausgetragen wurde der Wettkampf in der Disziplin Konversionsrate.

Die Konversionsrate

Dass auch die alten Herren noch Spitzenleistungen erbringen können, zeigt sich bei der durchschnittliche Konversionsrate über alle Sortimente. Hier gelangt der PC mit 5,2 Prozent klar auf dem ersten Platz. Es folgt das Tablet mit 3,7 Prozent vor dem Smartphone, das eine durchschnittliche Konversionsrate von 2,0 Prozent erreichte.

Besonders konversionsstark sind Tablets bei Online-Apotheken. Dort bringen sie 13 Prozent die höchste Conversion Rate im Branchenvergleich, gefolgt von der Markenkosmetik (6 Prozent).

Die Kaufgeschwindigkeit

Ein weiterer guter Indikator für die Effizienz von Device im E-Commerce ist die Anzahl der Visits, die es bedarf bis der Kunde kauft. Dazu sind zwischen 1,9 Visits (Online-Apotheke) und 10,5 Visits (Luxusmode) notwendig, bevor eine Bestellung aufgegeben wird. Im Branchendurchschnitt führen 3,8 Klicks zum Abschluss eines Onlinekaufs.

