

# 5 HÄUFIGE FEHLER IN ONLINESHOPS

UND WIE DU ES BESSER MACHEN KANNST





## ONLINE SHOPS SIND AUCH FÜR KLEINE UNTERNEHMEN LUKRATIV

Online Shopping gehört zum Alltag vieler Konsumenten dazu und ist mittlerweile für die meisten etwas ganz Normales geworden.

Die neuen (technischen) Möglichkeiten, bieten auch vielen kleineren Unternehmen die Chance, sich relativ kostengünstig mit einem eigenen Onlineshop der Welt zu präsentieren und so ihre Umsätze im Vergleich zu einem reinen Verkauf in einer festen Filiale zu steigern.

### SELBER MACHEN

Wer seinen Shop selbst erstellt oder erstellen möchte, merkt schnell, dass es nicht einfach reicht, seine Produkte in ein Shopsystem zu pflegen. Es gibt daneben viele Punkte zu beachten. Sei es rechtlich, gestalterisch, logistisch usw. damit am Ende ein funktionaler und ansprechender Shop entsteht, der die Besucher auch zum Kaufen animiert.

In diesem Whitepaper möchte ich speziell auf die häufigsten Fehler in Bezug auf die Nutzerfreundlichkeit in Shops eingehen, die dich jeden Tag eine Menge Geld bzw. Umsatz kosten können.





## Die 5 häufigsten Fehler und wie du es besser machen kannst

### 1

#### Schlechte Fotos und/oder mangelhafte Produktbeschreibung

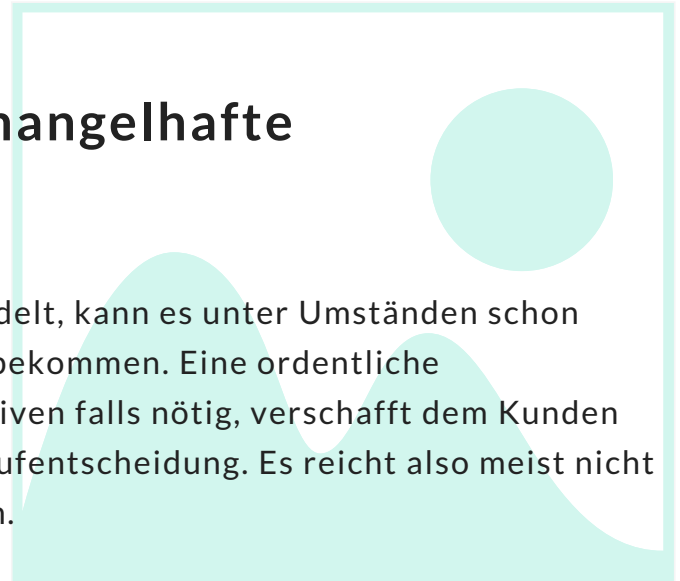
Je nachdem, um welche Produkte es sich handelt, kann es unter Umständen schon recht schwierig sein, anständige Fotos hinzubekommen. Eine ordentliche Produktansicht, auch aus mehreren Perspektiven falls nötig, verschafft dem Kunden jedoch eine zusätzliche Sicherheit bei der Kaufentscheidung. Es reicht also meist nicht aus, hier eben mal schnell ein Foto zu machen.

Wer sich nicht dauerhaft einen professionellen Fotografen leisten kann, sollte zumindest den Anfangsbestand vom Profi fotografieren lassen. Anschließend kannst du dich mit einer eigenen guten Ausrüstung und einem Bildbearbeitungsprogramm auch selbst versuchen und immer weiter testen, bis du wirklich gute Ergebnisse erzielst.

Gute Produktfotos sind hell, geben die Farben möglichst originalgetreu wieder und zeigen bei Bedarf auf die nötigen Detailaufnahmen genau.

Schlechte Bilder sprechen niemanden an! Hier lohnt es sich, wirklich gutes Material zu veröffentlichen, das zum Kaufen animiert.

Ähnlich ist es mit den Produktbeschreibungen. Diese müssen nicht nur inhaltlich korrekt die Eigenschaften des Produkts wiedergeben, sondern sollten am besten auch noch einzigartig sein oder zumindest so formuliert, dass sie nicht lieblos dahingeklatscht wirken. Überlege dir, was deine Kunden möglicherweise alles über das Produkt wissen möchten, bevor sie es kaufen. Je umfangreicher, desto besser. Je mehr Informationen, umso geringer ist am Ende auch das Risiko einer Retoure.





## 2

# Keine Suchfunktion und unlogische/unübersichtliche Navigation

Das ist ganz klar einer der Fehler, die Kunden in Onlineshops am meisten nerven und im schlimmsten Fall zum Verlassen des Shops bewegen. Eine ordentliche Suchfunktion erleichtert den Kunden natürlich, dass zu finden, was sie brauchen. Funktioniert das alles, haben sie schon mal ein positives Erlebnis mit dem Shop - die Zufriedenheit steigt.

Je nach Shopsystemen funktioniert die Suche über den Produkttitel, die Produktkategorie, den hinterlegten Eigenschaften und mögliche Schlagwörter, die hier noch zugeordnet wurden. Je mehr Schlagwörter du für ein Produkt vergibst, umso eher werden diese Produkte dann auch in der Suche gefunden. Achte darauf, dass die Schlagwörter auch wirklich zum Produkt passen.

Zum Punkt Navigation: Überlege dir eine logische Struktur und Produktkategorien. Ich empfehle dir auch, in eine Hauptkategorie nicht zu viele Unterkategorien zu packen um die Übersichtlichkeit beim Aufklappen zu behalten.

Außerdem: In jeder Kategorie sollten dann auch ein paar Produkte zu finden sein. Falls nicht, ist es evtl. besser, mehrere kleinere Kategorien zu einer Kategorie zusammenzufassen. Über Tracking Tools wie Google Analytics lassen sich Klickprozesse der Kunden nachvollziehen und auch die Punkte, wo sie aussteigen. Diese solltest du im Auge behalten und bei Bedarf nachbessern.

Extra-Tipp: Gerade die Suchfunktion und Hauptnavigation sehen in der mobilen Ansicht anders aus, je nachdem, wie der Shop programmiert wurde. Bedenke, dass heutzutage vieles mobil passiert. Auch die mobilen Aufrufe kannst du über dein Tracking Tool nachvollziehen. Dein Shop sollte also diese beiden Funktionen auch in der mobilen Ansicht optimal darstellen, um die Nutzerfreundlichkeit zu gewährleisten.



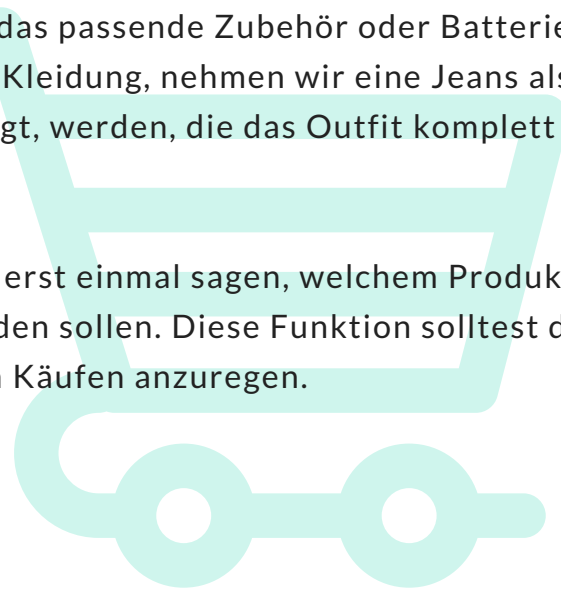
### 3

## Keine Cross-Selling Angebote

Cross-Selling bringt nachweislich mehr Umsatz. Aber was bedeutet Cross-Selling überhaupt? Schlicht und einfach: Dein Kunde hat ein Produkt in den Warenkorb gelegt. Ihm werden jetzt dort dazu passende oder ähnliche Produkte anzuzeigen. Oder dein Kunde sieht sich ein Produkt in der Detailansicht an und weiter unten werden dann die passenden Cross-Selling Produkte angezeigt. Oft sieht man darüber stehen "Das könnte dir auch gefallen" - du kennst das.

Als Beispiel: Zu einem elektrischen Gerät kann das passende Zubehör oder Batterien im Cross-Selling Bereich angezeigt werden. Bei Kleidung, nehmen wir eine Jeans als Beispiel, können passende Oberteile dazu gezeigt, werden, die das Outfit komplett machen.

Du musst deinem Shopsystem in der Regel aber erst einmal sagen, welchem Produkt welche Cross-Selling Produkte zugeordnet werden sollen. Diese Funktion solltest du unbedingt nutzen um deine Kunden zu weiteren Käufen anzuregen.





## 4

### Komplizierter Check-Out und Bezahloptionen

Dein Kunde hat sich Produkte ausgesucht, sie in den Warenkorb gelegt und evtl. sogar auf eines deiner Cross-Selling Angebote reagiert. Jetzt möchte er zum Check-Out und die Bestellung abschließen, alles natürlich möglichst einfach.

Viele Shops machen hier den Fehler, dass sie zu viele Informationen von ihren Kunden verlangen, damit den Bestellprozess unnötig verlängern und gleichzeitig das Risiko eingehen, die Kunden zu verärgern. Persönlich sehe ich z. B. nicht ein, warum ich einem Onlineshop mein Geburtsdatum oder andere persönliche Daten mitteilen soll, wenn diese nicht zwingend für die Bearbeitung der Bestellung nötig sind.

Ein weiterer Punkt sind die Bezahloptionen. Hier gibt es kein richtig oder falsch, kein zu viel oder zu wenig sondern aus meiner Sicht nur die Frage: Was will die Zielkundschaft? Es gibt Kundengruppen, die bevorzugt mit PayPal bezahlen, es gibt wieder andere Kundengruppen, die lieber Vorkasse oder Nachnahme bevorzugen. Hier ist es wichtig, dass du die Wünsche deiner Kunden kennst. Mach es Ihnen so einfach wie möglich, egal, für welche Bezahloption sie sich entscheiden.

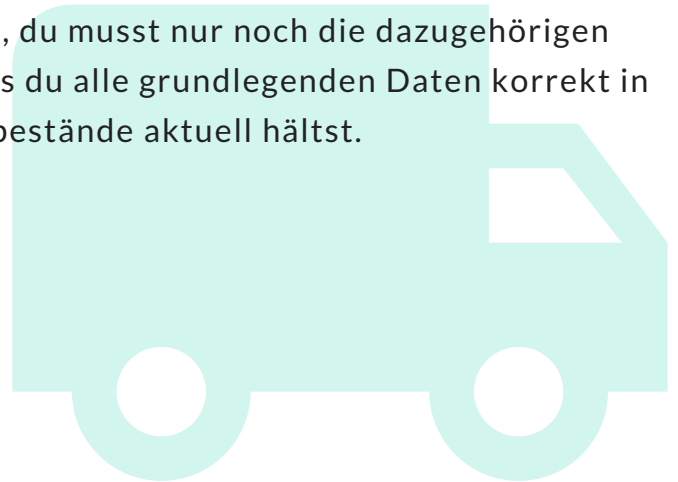


## 5

### Keine Transparenz bei Versandkosten und Lieferzeiten

In Deutschland ist es gesetzlich Pflicht, ausreichend und wahrheitsgemäß über Versandkosten und Lieferzeiten zu informieren. Stell dir vor, deine Kunden befinden sich schon im Check-Out Prozess und Ihnen wird es dann angezeigt, dass ein Produkt doch nicht verfügbar ist oder die Versandkosten sich auf einmal verdoppelt haben? Die Wahrscheinlichkeit eines verärgerten Kunden ist damit ziemlich hoch.

Am sichersten bist du, wenn du direkt beim Produkt über Versand und Lieferzeiten informierst bzw. Links zu den entsprechenden Seiten setzt. Shopsysteme wie WooCommerce setzen die Links automatisch, du musst nur noch die dazugehörigen Infoseiten erstellen. Grundlage dafür ist, dass du alle grundlegenden Daten korrekt in dein Shopsystem eingepflegt hast und Lagerbestände aktuell hältst.



# DEINE KURZE CHECKLISTE FÜR EINEN NUTZERFREUNDLICHEN ONLINESHOP

- Übersichtliche Navigation und Suchfunktion
- Transparente Kommunikation der Versandkosten - Seite mit allen Details ist leicht auffindbar
- Transparente Kommunikation der Kontaktdaten - Kunden wollen wissen, wo sie kaufen
- Erleichterter Check-Out - Abfrage nur wesentlicher Infos, auch mit Gastzugang
- Cross-Selling Produkte sind jedem Produkt im Shop zugeordnet
- Qualitativ hochwertige Bilder und informative Produktbeschreibungen - so gut wie keine Frage bleibt offen
- On Top: Produktvideos - das geht heutzutage sogar schon mit Apps!
- SSL Verschlüsselung der Seite für eine sichere Datenübertragung
- Kontaktformular oder Service-Mail für spezielle Anfragen - biete einen guten Kundenservice an
- Optimierte mobile Anzeige mit allen wichtigen Funktionen







## HINWEISE

Die Tipps und Hinweise in diesem Whitepaper erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Ein Onlineshop hat viele Stellschrauben, wie SEO, allgemeine technische Performance, die die Nutzererfahrung und Umsatzentwicklung beeinflussen können. Es soll dir hiermit lediglich ein Anhaltspunkt gegeben werden. Entscheidend für den Erfolg ist immer, dass das Gesamtpaket stimmig ist. Ich übernehme keine Haftung und keine Garantie.

## SUPPORT GEWÜNSCHT?

Ich stehe dir gerne für individuelle Fragen zu Online Marketing, Shop Marketing und Onlineshop-Erstellung zur Verfügung.

Am besten erreichst du mich per E-Mail unter [mail@betinastoi.de](mailto:mail@betinastoi.de)

Telefonisch kannst du mich unter +49 151 52884244 erreichen

## FOLGST DU MIR SCHON AUF FACEBOOK?

Ich halte dich hier über wichtige Marketingthemen, Trends und Neuigkeiten auf dem aktuellsten Stand. Über ein Like freue ich mich sehr!

Klick hier!





## URHEBER & COPYRIGHT

Bettina Stoi - Online & Social Media Marketing  
Scharnhorststraße 24  
10115 Berlin  
[www.bettinastoi.de](http://www.bettinastoi.de)  
[mail@bettinastoi.de](mailto:mail@bettinastoi.de)

Kein Teil dieses Dokuments darf ohne meine ausdrückliche und schriftliche Genehmigung vervielfältigt oder in irgendeiner Weise reproduziert werden. Das Dokument ist ohne Ausnahme für den Eigengebrauch bestimmt.

Copyright ©2019 Bettina Stoi

