

Medieninformation

Wie der Black Friday zum Feiertag für Kunden & Handel wird – 7 Hands-On-Tipps von Otago Online Consulting...

Wien, 18. November 2019. Der neue Flachbild-TV in XXL: Anlässlich des Black Fridays am 29. November ist er ein Muss, weil genau jenes Angebot, auf das Sie schon lange gewartet haben. Also ab in den Webshop und schnell kaufen! Nur: Die Bestellmaske ist kompliziert und funktioniert technisch nicht. Die Folge: Sie können oder möchten das Gerät nun nicht kaufen – ein frustrierendes Erlebnis für Kunden wie Händler. Wie es anders geht und der Black Friday zum Feiertag für beide Seiten wird, wissen die Experten von Otago Online Consulting...

Wie aus dem Otago Online Trendreport, einer repräsentativen Umfrage unter 1.000 Österreicherinnen und Österreichern, hervorgeht, kaufen 59 Prozent zumindest gelegentlich online. 75 Prozent planen ihre Onlinekäufe und 85 Prozent recherchieren vor dem Kauf über Suchmaschinen. „Daher ist eine funktionierende Customer Journey im Online-Handel essenziell. Bevor ein potenzieller Kunde in die Kauf-Phase geht, hat er bereits eine Recherche- und Vergleichsphase über Anbieter und Produkte hinter sich. In der Vergleichs-Phase werden Preise und Leistungen verglichen. Der Kunde bedient sich dabei mehrerer Quellen: Offline, Vergleichsportale, Testergebnisse etc. Hier werden meist Anbieter bzw. Produkte ausgeschlossen“, weiß Markus Inzinger, Gründer und Geschäftsführer von Otago Online Consulting. „Nach dieser Evaluierung startet die Kaufphase. Hier kann es aber jederzeit zum Abbruch oder zu einer Entscheidung für ein anderes Angebot kommen. Dies kann auch aus unterschiedlichen Gründen passieren: ein zu komplizierter ‚Checkout-Prozess‘, unerwartet hohe Versandkosten oder keine passende Bezahloption. Auch Last-Minute-Angebote von Gutscheinen anderer Anbieter können den Kaufabschluss kosten. Daher muss auch die Online-Kauferfahrung so stimmig sein wie der Einkauf im stationären Lieblingsgeschäft.“

Die 7 Gebote für erfolgreiche Webshops

Hier die Tipps der Experten von Otago Online Consulting für Shopbetreiber – in puncto Conversion-Optimierung und Usability von Webshops für erfolgreiche Kundenbeziehungen an allen Touchpoints:

1. Hero statt Zero!

Holen Sie Ihre Zielgruppe auf der Startseite mit einem sogenannten Hero Shot ab, also einer Darstellung des potenziellen Kunden oder des Produktes – am besten in Kombination und im

obersten, also sichtbaren Bereich der Landingpage, ohne Scrollen zu müssen. Dies zeigt dem Kunden auf einen Blick, was er im Shop bekommt und warum das Produkt relevant ist.

2. In der Kürze liegt die Würze...

Gestalten Sie den Bestellprozess simpel und kurz. Bis zu drei Schritte bis zur fertigen Bestellung sind optimal. Und: Zeigen Sie dem Kunden, wie viele Schritte ihm noch bevorstehen (Schritt 1 von 3).

3. Werden Sie der perfekte Gastgeber!

Viele Kunden brechen ihren Einkauf ab, wenn Sie sich dafür anmelden bzw. einen Account anlegen müssen. Ermöglichen Sie Ihren Kunden daher eine Bestellung ohne Registrierung: als Gast-Käufer.

4. Außer Spesen nix gewesen?!

Transparenz ist das A und O, besonders bei Versandbedingungen & -kosten. Und informieren Sie Ihre Kunden, ab welchem Bestellwert der Versand kostenlos ist. Diese Infos müssen gut auffindbar sein.

5. Easy Shopping: dank eines Warenkorbs mit Mehrwert

Der Warenkorb sollte für Kunden übersichtlich sein und Mehrwert bieten: Produktfotos und -namen inklusive Links zur Artikelseite etc. Unkompliziert sollte auch das Löschen von Produkten und die Änderung ihrer Anzahl sein. Beim Platzieren eines Artikels in den Warenkorb sollten Kunden zwei ‚Exit‘-Optionen vorfinden: ‚weiter einkaufen‘ und ‚zur Kassa‘.

6. Bezahlen, leicht gemacht!

Scheren Sie Ihre Kunden nicht alle über einen Kamm – ermöglichen Sie ihnen die Wahl zwischen unterschiedlichen Zahlungsmethoden. Je nach Shopsystem sind automatisch Systeme hinterlegt: Kreditkarte, Paypal, Direktüberweisung, Bezahlung bei Lieferung etc. Zusatztipp: Präsentieren Sie die Zahlungsmethoden mit dem jeweils passenden Logo, dies erleichtert die Orientierung.

7. Kaufimpulse setzen!

Präsentieren Sie Kaufempfehlungen als ‚Bestseller‘ oder mit dem Hinweis ‚andere kauften auch‘. Und nutzen Sie positive Referenzen zu ihren Produkten oder für Ihren Shop.

Aktive Beziehungsarbeit nach dem Kauf

Jan Königstätter, Gründer & Geschäftsführer Otago Online Consulting: „Wichtig in einer erfolgreichen Kundenbeziehung ist auch der After-Sales-Prozess. Während die Sales-Anstrengungen früher hauptsächlich auf den Verkauf eines Produktes oder einer Dienstleistung abzielten, ist es in der vernetzten Welt von heute ein fataler Fehler, den Kunden nach dem Kauf sich selbst zu überlassen. Denn auch wenn ein Kunde die Bestellung nicht retourniert, obwohl er damit unzufrieden ist, so kann dies einen wesentlichen Einfluss auf die nächsten potenziellen Kunden ausüben. Denn mit

Bewertungen oder negativen Beiträgen auf Social Media Plattformen können Kunden ihrem Ärger schnell Luft machen und andere vom Kauf abhalten. Andererseits liegt hier auch eine große Chance für Unternehmer, mit Kunden direkt in Kontakt zu treten. Man muss sie nur zu nutzen wissen.“

Otago Online Consulting hilft Unternehmen dabei, im Web besser gefunden zu werden. Mittels Suchmaschinenmarketing (SEM), Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Social Media Marketing werden Maßnahmen gesetzt, die mehr Besucher auf die Websites der betreuten Unternehmen bringen – und damit mehr potenzielle Kunden. Die Angebotspalette von Otago Online Consulting reicht von Website-Checks, SEO-Konzepten zur Optimierung von Websites, laufender Betreuung im SEO-Bereich, bis zur Betreuung von Performancemarketing- und Social Media-Kampagnen. Unterstützung bietet Otago Online Consulting auch in den Bereichen Google Display-Netzwerk, Remarketing, YouTube und Programmatic Advertising und in Form individueller Workshops für SEO, Google Ads und Social Media Marketing. www.otago.at

Medienkontakt: SPIEGL & LEHNER OG:

Doris Spiegl, Tel.: 0676/540 15 94, Mail: spiegl@spieglllehner.com

Karin Lehner, Tel.: 0650/555 66 56, Mail: lehner@spieglllehner.com