

## Erwartungen erfüllen - Magento



## E-Commerce/Online Shop

**Usability – ein Thema für Ihren Online Shop**

Magento ein Open Source Online Shop, der Ihren Umsatz im Internet steigern kann. Modern und flexibel bietet er umfassende Standard-Funktionalitäten. Lizenzkostenfrei ist er eine kostengünstige Alternative für ausgereifte proprietäre Systeme. Wir möchten Sie unterstützen, dass Ihr Shop zum Umsatzbringer wird.

**Ein wichtiger Erfolgsfaktor ist die Usability**

comundus berät Sie zu allen Fragen der Usability und unterstützt Sie bei der Implementierung einer erfolgreichen E-Commerce Lösung.

**Hier einige Tipps, die Ihre Shop-Besucher zu Käufern werden lassen.**

**Emotionen wecken**

Stellen Sie sich die Fragen: Ist Ihr Shop emotional? Gibt es Produktbilder und kleine Videos? Gibt es virtuelle Kaufräume? Sind die Produkte individuell beschrieben oder sind es nur trockene Daten aus der Lieferantendatenbank? Packen Ihre Argumente und machen sie Lust auf eine Bestellung? Ist Ihr Shop liebevoll gestaltet, die Produkte ausgefallen dargestellt? Werden Kunden an ein Käuferlebnis herangeführt? Wecken Sie Vorfreude auf das Produkt und das Gefühl, die richtige Entscheidung getroffen zu haben? Hier zwei Beispiele:

**Video-Shopping-Widget**

Video-Shopping lässt sich optimal in Widgets umsetzen, da es hier möglich ist, noch einen Schritt weiterzugehen: Innerhalb des Widgets und der Bewegtbild-Umgebung wird der komplette Bestellvorgang abgebildet.

**Augmented Reality**

Unter erweiterter Realität versteht man die computergestützte Erweiterung der Realitätswahrnehmung. Gemeint ist die visuelle Darstellung von Informationen. Es ist die Ergänzung von Bildern oder Videos mit computergenerierten Zusatzinformationen oder virtuellen Objekten mittels Einblendung/Überlagerung. Augmented Reality ist z. B. das Einblenden von Pfeilen auf ein Produktdetail im Video.

Hier ein Beispiel:

<http://www.youtube.com/watch?v=NxQZuo6pUw>

Sie sehen eine spannende Shopping-Applikation. Jeder Nutzer benötigt nur eine Webcam und die App, um online Mode anzuprobieren. Auf Facebook kann der Nutzer seine Anprobe sogar mit Freunden abstimmen - und all dies in Echtzeit.

**Nutzerdaten**

Eine Bestellung muss auch ohne Registrierung funktionieren: In einem einfachen Bestellformular sollten Sie nur die Daten abfragen, die Sie für die Auftragsabwicklung benötigen. Ein vergessenes Shop-Login oder eine neue E-Mail-Adresse des Kunden dürfen nicht zu Registrierungsproblemen und zu Abbrüchen führen. Eine ganz wichtige Funktion, die hier ein Online Shop bieten sollte, ist das Single-Page Check-out. Kunden können auf nur einer Seite den Kaufprozess abschließen: Eintrag der Liefer- und Rechnungsadresse, Auswahl der Zahlungsart, Eingabe der Kreditkarten-Informationen. Bei Magento, dem umfangreichen Open Source Online Shop, verhindert diese Funktion ca. 15 % der Abbrüche des Kaufprozesses.

## Versandkosten

Zu oft wird der Kaufprozess auch wegen zu hoher Versandkosten abgebrochen. Nach einer Studie von versandkosten.info berechnen die meisten Shops zwischen 4 und 5 Euro für den Versand. Ein guter Richtwert für den Versand. Über die anfallenden Versandkosten schaffen Sie so früh wie möglich Transparenz. Nicht erst im Warenkorb den Käufer damit überraschen. Ein faires Angebot ist zudem die versandkostenfreie Lieferung ab einem bestimmten Bestellwert. Die Zahlungsart „Nachnahme“ reduziert Ihr Zahlungsausfallrisiko, dafür sollten Sie einen Teil der Kosten übernehmen und Ihren Kunden nicht mit überhöhten Nachnahmegebühren verschrecken.

## Warenkorb

Der Warenkorb sollte immer transparent und verständlich dargestellt werden und dem Käufer zeigen, welche Produkte sich bereits darin befinden, in welcher Anzahl und zu welchem Preis. Ein überraschend zu hoher Warenwert führt oft zum Abbruch des Kaufprozesses. Die Abbildung der Produkte im Warenkorb erleichtert die Übersicht und hebt die conversion rate deutlich an. Im Bestellformular sollte der Kunde außerdem jederzeit die Möglichkeit haben, Produkte leicht zu entfernen oder Mengen zu ändern.

## Produkte finden

Wer sucht, der findet, das ist die Kunst - auch in einem Online Shop. Für mehr als die Hälfte der Online Käufer ist die Suche der Einstieg in den Shop. Die Produktsuche ist das wichtigste Navigationselement. Besucher geben ein Stichwort, eine Marke oder einen Sammelbegriff ein und wollen die passenden Produkte angezeigt bekommen. In den meisten Online Shops reicht ein kleiner Tippfehler, die Verwechslung hebt die conversion rate deutlich an.

So sollte sie in jeden Fall Tippfehler erkennen und dem Besucher ermöglichen, das Suchergebnis zu sortieren und zu filtern. Platzieren Sie Ihre Suche in Ihrem Shop so, dass sie eindeutig und unmittelbar zu sehen ist.

## Lieferung und Retouren Bearbeitung

Kundenzufriedenheit entsteht, wenn Erwartungen erfüllt werden. Zufriedene Kunden werden zu Stammkunden – die Basis für jeden erfolgreichen Online Shop. Die Lieferzeit muss daher den Angaben auf der Website entsprechen. Die Retour ist ebenso wichtig und muss für den Käufer schnell und einfach gehen. Auf eine Gutschrift sollte der Kunde zudem nicht länger als eine Woche warten.

## Vertrauen schaffen

Nutzen Sie sofort die Chance, beim Kunden Vertrauen aufzubauen. Nicht erst mit der pünktlichen und richtigen Lieferung. Durch ausführliche Informationen zum Shop, Transparenz zu den Versandkosten, der Lieferzeit, den Retourenbedingungen, der Garantie und zu weiteren Details können Sie Vertrauen bei Käufern schaffen. Nur wenn er Ihnen vertraut, wenn er den Eindruck hat, hier kaufe ich bei einem seriösen Anbieter, wird er auch seine Kreditkartendaten eingeben, eine Vorkassenüberweisung leisten und eine Bestellung durchführen.

Laut der Umfrage bei 500 Händlern (2009 Online-Bezahldienstleister PayPal) verzeichnet das Bezahlfverfahren Vorauskasse per Überweisung den geringsten Zahlungsausfall. Das Payment-Modul für Magento stellt 60 Zahlungsmodule zur Verfügung. Unterschiede gibt es vor allem bei den Konditionen der Payment-Dienstleister und den angebotenen Zahlungsmitteln.

## Gütesiegel

Ein wesentlicher Grund, einen Kaufprozess zu unterbrechen, ist, dass der besuchte Shop nicht seriös genug erscheint. Wird ein Gütesiegel oder eine Plakette gut sichtbar ausgewiesen, reduziert sich die Abbruchrate wesentlich. Ein Gütesiegel kann erworben werden, wenn eine Reihe von Qualitätskriterien erfüllt sind. Dazu gehören u. a. eine hohe Transparenz der Versandkosten und Zusatzkosten, auffindbare Anbieterkennzeichnung, Datenschutz und Datensicherheit, Lieferinformationen und verständliche Produktbeschreibungen. Empfehlenswert ist der Marktführer Trusted Shops, der sich aufgrund der Kosten aber eher für große Shops wie Magento eignet.

## Kontaktdaten

Viele Besucher eines Online Shops finden die Kontaktdaten nicht und brechen den Kauf ab – Ihre Kontaktdaten sollten also gut auffindbar sein. Idealerweise wird eine Chat-Funktion angeboten, die dem Besucher sofort zur Verfügung steht. So können Fragen schnell geklärt und der Kauf abgeschlossen werden. E-Mails sollten Sie schnell beantworten: Je länger der potenzielle Käufer wartet, desto stärker schwindet die spontane Kauflust.

## Kaufentscheidungen ermöglichen

Im Shop müssen alle Informationen und Eindrücke vermittelt werden, die der Besucher auch in einem professionellen Verkaufsgespräch und bei Ansicht des Produkts erhalten würde. Der vollständige und richtige Produktname ist dabei die erste Anforderung, die zu erfüllen ist. Anhand des Produktnamens kann der Besucher gezielt nach dem Produkt suchen und es eindeutig identifizieren. Zu jedem Produkt muss es außerdem mindestens eine oder auch mehrere Abbildungen mit verschiedenen Perspektiven geben. Eine Zoomfunktion soll eine Detailansicht ermöglichen. Häufig ist dies bei Modeartikeln sehr sinnvoll, um die Struktur des Stoffes besser erkennen zu können. Die Produktbeschreibung muss detailliert auf das Produkt eingehen. Je informativer, desto sicherer kann sich der Besucher beim Kauf sein. Dabei sind Features, Systemvoraussetzungen und Kompatibilität zu anderen Produkten genauso wichtig wie ein Verweis auf Testberichte oder Empfehlungen anderer Käufer und Gütesiegel zum Produkt.

Wir begleiten unsere Kunden von der Beratung, Konzeption, Realisierung, Implementierung, Schulung bis zum nachhaltigen Support. Dabei sind uns gegenseitiges Vertrauen und partnerschaftlicher Umgang wichtig.

**comundus GmbH**  
Schüttelgrabenring 3  
71332 Waiblingen  
[www.comundus.com](http://www.comundus.com)  
Tel. 07151 50028-0  
E-Mail: [info@comundus.com](mailto:info@comundus.com)