

Presseinformation

Nr. 01/2013

Aus Nutzern werden Kunden – in ganz Europa!

Mit einem gut bedienbaren Bestellprozess erfolgreich ins Ausland expandieren

(Göttingen/Hamburg, 21.01.2013).

Der Bestellvorgang in einem Online-Shop ist der Schlüssel zum Erfolg. Der potenzielle Kunde, muss eigentlich nur noch zur Kasse gehen und die Bestellung abschließen. Doch gerade hier gibt es großes Optimierungspotenzial. Abbrüche können vermieden werden, wenn der Bestellprozess an den Erwartungen der Nutzer ausgerichtet ist. Welche Erwartungen es in Deutschland, Frankreich und Großbritannien gibt, wurde jetzt in der Studie „Europäische Bestellprozesse im Vergleich“ analysiert.

Die Studie zeigt anschaulich, an welche Funktionen, Darstellungsweisen und Elemente sich die Internetnutzer gewöhnt haben. Denn die Erfahrungen, die sie beim Online-Shopping gemacht haben, sind die Basis für die Erwartungen an Shops die sie in der Zukunft besuchen werden. Diese Erwartungen sind jedoch nicht in jedem Land gleich. „Wer schon einen Online-Shop in Deutschland betreibt und ins Ausland expandieren möchte, sollte die dort vorherrschenden Standards genau kennen“ so Elske Ludewig, UX Consultant und Studienleiterin bei der eResult GmbH.

Um festzustellen, was sich in europäischen Bestellprozessen heute bereits etabliert und was nicht, wurden 300 Online-Shops aus Deutschland, Frankreich und Großbritannien mit verschiedenen Sortimenten untersucht. Dabei wurden Prozesskonzepte, Elemente im Warenkorb, Lieferoptionen, Zahlungsarten und viele andere Kriterien betrachtet. Die Ergebnisse zeigen Shop-Betreibern, was sie wirklich anbieten müssen und worauf geachtet werden muss, um den Bedürfnissen der Nutzer entgegenzukommen. Ergänzt werden die Daten durch Good Practices, die durch Screenshots und verbale Beschreibungen aufzeigen, wie es sein soll. So konnte zum Beispiel herausgefunden werden, dass Gütesiegel zwar bei 72% aller deutschen Online-Shops zu finden sind, aber nur bei 60% der britischen und 32% der französischen Shops. Es handelt sich also in Deutschland um einen Standard, während die Nutzer in Frankreich noch nicht an solche Siegel gewöhnt sind.

Ein wichtiges Thema sind weiterhin die zur Verfügung stehenden Zahlungsarten. Den deutschen Online-Kunden stehen hier durch 4 bis 5 Zahlungsarten zur Auswahl. Auch in Frankreich können die Nutzer aus immerhin 3 bis 4 Zahlungsarten wählen. In Großbritannien dagegen stehen im Durchschnitt nur 1,7 Zahlungsarten zur Verfügung.

Die Studie „Europäische Bestellprozesse im Vergleich“ beschreibt viele weitere typischen Elemente, Funktionen und Darstellungsweisen innerhalb der Bestellprozesse deutscher, französischer und britischer Online-Shops. Erfahren Sie, woran Nutzer gewöhnt sind, wie Sie die Usability im Bestellprozess verbessern und damit Abbrüche verhindern. Doch Investitionen in die Optimierung des Checkouts haben nicht nur kurzfristige Effekte: Letztendlich behält ein zufriedener Nutzer den Shop in guter Erinnerung und wird ihn mit hoher Wahrscheinlichkeit wieder besuchen. Der komplette Studienband kann unter folgender URL bestellt werden:

http://www.eresult.de/studien_artikel/studienbaende/europaeische_bestellprozesse.html.

Seiten: 1
Zeichen (o. Leerzeichen): 2.744

Wörter: 411
Zeichen (m. Leerzeichen): 3.151

Zur eResult GmbH:

Die eResult GmbH wurde im Jahr 2000 gegründet und hat sich frühzeitig auf die Durchführung von Usability- und User Experience-Studien inkl. Anforderungsanalyse, Konzeption, Beratung und Monitoring von Websites, Software, mobilen Anwendungen und Diensten (iPhone Apps, Blackberry) und Intranets spezialisiert.

Neben den klassischen Dienstleistungen einer Full-Service Usability- und User Experience Agentur bietet die eResult GmbH mit 19 festen Mitarbeiter/-innen auch Forschungs- und Beratungsdienstleistungen hinsichtlich des Einsatzes neuer Werbeformen an. Auch die Durchführung von Online-Umfragen (Onsite oder über ein eigenes Online-Panel) gehören neben klassischen Usability-Tests zum Leistungsspektrum.

Die eResult GmbH arbeitet für namhafte Kunden aus verschiedenen Branchen: 1&1 Internet, Baur Versand, Bertelsmann Stiftung, Bonprix, Commerzbank, Das Örtliche, Deutsche Post, Deutsche Telekom, Fraport, HRS (Hotel Reservation Service), Jobware, neckermann.de, Merck, MEXX, Nintendo, Online Marketing Service (OMS), Opodo, Otto Bock, Peter Hahn, Rewe Travel New Media, Rudolf Haufe Verlag, travelchannel, T-Mobile, Ulla Popken, Walbusch, u. a.

Kontakt Presse

Thorsten Wilhelm
Telefon: 0171-40 96 589
Telefon: 0551-5177426
Email: thorsten.wilhelm@eresult.de
Web: www.eresult.de

eResult GmbH -- Planckstr. 23 -- 37073 Göttingen
Standort Hamburg: Ludwig-Erhard-Str. 18, 20459 Hamburg
Standort Frankfurt a. M.: Uhlandstraße 58, 60314 Frankfurt

Usabilityblog.de

Alles rund um das spannende Themengebiet Usability & User Experience.