

Presseinformation

Nr. 03/2014

Studie: Einkaufen mit dem Smartphone - Was zeichnet einen guten mobilen Onlineshop aus?

eResult identifiziert wichtige Merkmale eines mobilen Onlineshops aus Kundensicht

(Hamburg/Göttingen, 25.02.2014).

Die Studie deckt auf, dass Smartphone-Shopper ihr Handy gerne zum Stöbern benutzen, um unterwegs Wartezeiten und Langeweile zu überbrücken, beispielsweise wenn sie auf den Bus warten oder beim Zahnarzt im Wartezimmer sitzen. Häufig wird das Gerät auch als erste Informations-Quelle benutzt und der Einkauf dann von einem anderen Gerät fortgesetzt. Aber auch zu Hause auf der Couch oder im Bett wird das Smartphone aus Bequemlichkeit zum Einkaufen benutzt.

„Die Nutzer haben dieselben Ansprüche an die User Experience wie bei der Desktop-Variante. Sie erwarten keine abgespeckte Version mit weniger Funktionen und geringerem Informationsgehalt, sondern eine für das Smartphone optimierte Version mit vollem Funktions- und Informationsumfang. Die Herausforderung für die Onlineshop-Betreiber besteht darin, das Erlebnis an die kleinen Bildschirme anzupassen und dabei keine Abstriche zu machen“, erklärt Ole Kleinert, Studienleiter und User Experience-Consultant der eResult GmbH. In den 60-minütigen Interviews wurden Erwartungen, Anforderungen und konkrete Beispiele für gute und schlechte Onlineshops abgefragt und in der Benutzung ausprobiert.

Das Einkaufen mit dem Smartphone wird weltweit und auch bei den Deutschen immer beliebter. Doch was erwarten die Nutzer von einem mobilen Onlineshop? Wie sieht eine gute mobile User Experience aus? Diesen Fragen ging die eResult GmbH in einer aktuellen Studie nach und befragte in ihrem Usability-Labor 10 Smartphone-Shopper zum Thema mobile Onlineshops. In einer Vorbefragung hatten 452 Smartphone-Besitzer zunächst Auskunft zu ihrem mobilen Nutzungsverhalten gegeben, woraufhin das Konzept für die Untersuchung im Usability-Labor entwickelt wurde.

Neben allgemeinen Erwartungen und Anforderungen werden in der Studie auch einzelne Seitenbereiche (Startseite, Navigation, Produktübersichtsseite, Produktdetailseite, Warenkorb sowie Bestellprozess) betrachtet und von den Nutzern evaluiert. *„Auf der Startseite zeigt sich, wie wichtig bereits kleine Details sein können. Dadurch, dass die Verweildauer in einem Onlineshop unterwegs durch äußere Umstände beeinflusst wird, z. B. weil der Bus kommt, ist es wichtig, dass die Nutzer sehr schnell zu einem für sie interessanten Artikel gelangen. Wenn die Nutzer, beispielsweise durch zu viel Werbung oder eine schlechte Suchfunktion, aufgehalten werden, kann es passieren, dass sie nichts Passendes gefunden haben, bevor sie das Handy wieder in die Tasche stecken“,* sagt Ole Kleinert. *„Aus diesem Grund ist es wichtig, die Bedürfnisse der eigenen Kunden genau zu kennen, um die Navigation und die Darstellung exakt daran auszurichten.“*

Der komplette Studienband mit zahlreichen Best Practices und Guidelines zur Optimierung mobiler Onlineshops ist kostenlos zum Download verfügbar unter:

<http://www.eresult.de/downloads.html>

Seiten: 1
Zeichen (o. Leerzeichen): 2.616

Wörter: 404
Zeichen (m. Leerzeichen): 3.011

Über eResult

Die eResult GmbH bietet seit 2000 maßgeschneiderte Beratungs- und Forschungsdienstleistungen im Bereich Usability, User Experience, Conversion Optimierung und Online-Marktforschung. Der Branchenfokus des 20 Mitarbeiter starken Teams (an drei Standorten: Göttingen, Hamburg und Frankfurt a.M.) liegt im E-Commerce. Ganz gleich, ob es sich um einen Online-Shop, die App eines Reiseportals oder die Responsive Website eines Direktversicherers handelt: die Full-Service User Experience-Agentur berät seine namenhaften Kunden im In- und Ausland entlang des gesamten Produktlebenszyklus einer E-Commerce-Anwendung – von der Anforderungsanalyse, Konzeption und dem Prototyping über die Evaluation und Optimierung bis hin zur kontinuierlichen Erfolgskontrolle. Die eResult GmbH befähigt seine Kunden, ihre Online-Besucher besser zu verstehen, zu Käufern zu machen und somit den Ertrag und ROI zu steigern.

Kontakt Presse

Thorsten Wilhelm
Telefon: 0171-40 96 589
Telefon: 0551-5177426
E-Mail: 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.