

Presseinformation

Nr. 08/2013

Online-Käufe im Bereich Mode: Vollbildansicht oder Zoomfunktion? Materialinformationen oder Kundenbewertungen?

Eine eResult Studie verrät, welche Elemente wirklich zur Zufriedenheit beitragen und Online-Käufe begünstigen.

(Göttingen/Hamburg, 04.10.2013).

Anspruchsvoll sind sie geworden, die Online-Shopper hierzulande. Und Kleidung steht ganz oben auf der Wunschliste. Wie kann ich aber den Nutzer zum Kauf überzeugen, welche Informationen und Funktionen helfen ihm bei der Entscheidung? eResult ist diesem Thema nachgegangen und hat für 20 Elemente nachgefragt bei 1000 Internetnutzern, wie diese zur Zufriedenheit beitragen. „Wir wollten wissen, was wirklich von Bedeutung ist - insbesondere für die Mode-Online-Shopper“, erklärt Anja Weitemeyer (Managing Partner & Senior UX-Consultant) die Motivation durch Durchführung dieser Studie.

Ergebnis der KANO-Anforderungsanalyse, die in 4 Cluster (visuelle Elemente, Beratung, Vorschläge und Service) eingeteilt wurde: Die Ressourcen sollten in mehrere Bereiche aufgeteilt werden. So ist beispielsweise die Vollbildfunktion nur eine von vielen Leistungsfaktoren. Je besser diese umgesetzt ist, desto zufriedener ist der Nutzer und desto leichter fällt ihm die Kaufentscheidung, weil er sich ein gutes Bild vom Artikel machen kann. Weniger wichtig sind z. B. Social Media Elemente – hier ist der Nutzer auch nicht unzufrieden, wenn diese nicht vorhanden sind.

Weitere abgefragte Elemente sind Zoomfunktion, virtuelle Anprobe, Videos, Passform, Pflegehinweise, Merkliste, Verfügbarkeit, Vergleichsfunktion uvm.

Die KANO-Analyse ist eine geeignete Methode, um Anforderungen und Wünsche zu priorisieren, so dass eine effektive Allokation von Ressourcen wie Budget und Zeit möglich ist. „Visuell anschaulich werden die Elemente in einem Diagramm dargestellt, so dass der Leser auf den ersten Blick erkennt, mit welchem Element er den größten Hebel betätigt, um den Erfolg des Online-Shops zu steigern“, fasst Anja Weitemeyer zusammen.

Die Studie „Begeisterung auslösen! KANO-Analyse auf Produktdetailseiten von Online-Shops“ liefert wertvolle Erkenntnisse zu den wichtigsten Elementen auf diesem Seitentyp. Unter Berücksichtigung der Zielgruppe steigert die Auswahl die Zufriedenheit der Nutzer, was wiederum positiv die Bestellungen beeinflusst. Der komplette Studienband kann unter folgender URL bestellt werden:

http://www.eresult.de/studien_artikel/studienbaende/kano_produktdetailseiten_2013.html

Seiten: 1

Wörter: 306

Zeichen (o. Leerzeichen): 2.139

Zeichen (m. Leerzeichen): 2.440

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, Jobware, 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.