

Presseinformation

Nr. 10/2014

Europäische Online-Shops im Wandel der Zeit

Neue eResult-Studie zeigt Entwicklungen, Standards und Tipps rund um Bestellprozesse

(Göttingen/Hamburg 12.09.2014).

Online-Shopping boomt, nicht nur in Deutschland sondern in ganz Europa. Dabei ist für Website-Betreiber der Bestellprozess (Checkout) ein wichtiger Umsatzfaktor: Abbrüche können verhindert werden, wenn der Bestellprozess nutzerfreundlich gestaltet und an den Erwartungen der Kunden ausgerichtet ist. Denn Vertrauen und Sicherheit spielen an dieser entscheidenden Stelle eine große Rolle. Welche Standards es in den wichtigsten europäischen eCommerce Nationen – Deutschland, Großbritannien und Frankreich – gibt, wurde in der neuen eResult- Studie „Europäische Bestellprozesse im Wandel“, untersucht. Das Wissen um diese Standards, gepaart mit den Empfehlungen und Positivbeispielen der Experten, hilft Shop-Betreibern ihre Bestellprozesse nachhaltig zu optimieren.

Die Studie zeigt anschaulich, an welche Funktionen, Darstellungsweisen und Elemente sich die Online-Shopper in den unterschiedlichen Ländern gewöhnt hat. Daraus lassen sich auch die Erwartungen der Nutzer an zukünftig besuchte Online-Shops ablesen. Allerdings sind diese Erwartungen in den europäischen Ländern häufig verschieden: „Zwar gibt es Standards über die Ländergrenzen hinweg, aber als Anbieter sollten die länderspezifischen Anforderungen beachtet werden“, so Elske Ludewig, UX Consultant und Studienleiterin bei der eResult GmbH. Abgerundet werden die Erkenntnisse durch die Darstellung von Trends: Veränderungen im Zeitverlauf zeigen Entwicklungen auf und weisen auf möglicherweise veränderte Anforderungen der Nutzer hin.

Es wurden die umsatzstärksten Shops aus den drei Ländern untersucht und der Schwerpunkt auf die Bereiche Mode und Technik gelegt. Hierbei wurde für jeden Shop ein exemplarischer Bestellvorgang durchlaufen und auf festgelegte Kriterien hin überprüft. Prozesskonzepte, Komponenten des Warenkorbes, die Eingabe von Daten, sowie Zahlungs- und Lieferoptionen standen im Fokus der Analyse. Die Resultate zeigen, welche Anforderungen Shop-Betreiber unbedingt erfüllen müssen, um den Erwartungen ihrer Kunden zu entsprechen. Ergänzt werden die Daten durch Good Practices und Empfehlungen, wie der Prozess optimal gestaltet werden sollte. Dazu konnten im Vergleich mit der Studie „Europäische Bestellprozess im Vergleich“ (2012) erstmals Trends im Zeitverlauf sichtbar gemacht werden.

So zeigte sich beispielsweise, dass die Anbieter in allen drei Ländern auf vielfältigere Zahlungsoptionen setzen, als noch 2012: In Deutschland gibt es dabei die meisten Zahlungsoptionen, die Anzahl stiegen im Schnitt auf mehr als fünf pro Anbieter leicht an. Ein größerer Sprung ist in Großbritannien zu erkennen, wo sich der Kunde 2012 mit durchschnittlich 1,7 Optionen abfinden musste. Heute bieten die britischen Shops im Schnitt schon 3,4 Zahlungsvarianten an. Auch in Frankreich ist dieser Trend zu erkennen.

Der Studienband „Europäische Bestellprozesse im Wandel“ beinhaltet viele weitere identifizierte Standards und beschreibt zentrale Elemente und Funktionen von Bestellprozessen in Deutschland, Frankreich und Großbritannien. Erfüllt ein Online-Shop die Erwartungen seiner Nutzer, wird er positiv in Erinnerung bleiben. Und ein zufriedener Kunde

wird diesen Shop mit großer Wahrscheinlichkeit gerne wieder ansteuern. Darüber hinaus bietet der Studienband viele Empfehlungen und Anregungen, wie der „Standard-Bestellprozess“ weiter hinsichtlich seiner Benutzerfreundlichkeit optimiert werden kann.

Der komplette Studienband ist unter folgender URL erhältlich:
http://www.eresult.de/studien_artikel/studienbaende/bestellprozesse_im_wandel

Eine kostenlose Kurzversion finden Sie hier:

http://www.eresult.de/downloads/downloads/Studienband_Europaeische_Bestellprozesse_im_Wandel_eResult_KURZ.pdf

Seiten: 2

Zeichen (o. Leerzeichen): 3.367

Wörter: 470

Zeichen (m. Leerzeichen): 3.837

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

Standort Köln: Hohenstaufenring 29-37, 50674 Köln

Usabilityblog.de

Alles rund um das spannende Themengebiet Usability & User Experience.