



ServiceWelt

- Home
- Mein Sage
- Wissenspool**
- Services
- Produkte
- Angebote
- Kontakt

Wussten Sie schon...?

... dass viele Händler trotz Konjunkturflaute auch im Krisenjahr 2009 mit zweistelligen Zuwachsraten rechnen? Die Rede ist hier von Internet-Verkäufern, die ihre Produkte über Webshops vertreiben. Diese zumeist preisorientierten Internet-Angebote werden speziell in Zeiten, in denen Verbraucher noch stärker als sonst auf den Preis achten, besonders gut angenommen.



Allerdings ist Webshop nicht gleich Webshop: Viele E-Commerce-Lösungen weisen Defizite auf, besonders in den Bereichen Informationsdarstellung, Benutzerführung und Zahlungsabwicklung.

Anforderungen an Webshops

Bei der Auswahl eines Shops gibt es zwei Aspekte, die es zu beachten und bestmöglich zu vereinen gilt: Für den Shopbetreiber selbst steht eine möglichst unkompliziert zu pflegende und zu erweiternde Shopssoftware (am besten mit Integration in das bestehende ERP-System) an erster Stelle, für den Nutzer hingegen die Usability (dt.: Benutzerfreundlichkeit) des Shops.

Denn entgegen dem stationären Ladengeschäft, kommen Nutzer im Internet zumeist nicht auf direktem Weg zum Shop, um gezielt einzukaufen. Sie wollen vielmehr auf den ersten Blick erkennen, was geboten wird und Angebote verschiedener Anbieter vergleichen. Shopsysteme mit einer übersichtlichen Struktur, aussagekräftigen Produktbildern und -beschreibungen sowie unkompliziert zu benutzenden Such- und Bestellablauf-Routinen sind hier klar im Vorteil.

Nicht zu unterschätzen ist in diesem Zusammenhang auch der sogenannte „User Generated Content“. Von Nutzern erstellte Inhalte werden von anderen Nutzern in höherem Maße als „wahr“ akzeptiert und schaffen so eine höhere Identifikation der Kunden mit dem Produkt. Insbesondere abgegebene positive Bewertungen bzw. Erfahrungsberichte haben das Potenzial, Verkaufszahlen in die gewünschte Richtung zu beeinflussen.

Worauf Sie beim Aufbau eines Webshops achten sollten, zeigen wir Ihnen in einer kurzen Checkliste.

Checkliste

Um Webshop-Betreibern und solchen, die es werden wollen, ein kleines Instrumentarium zur Bewertung von Usability und Gesamteindruck des bestehenden oder zu erstellen Shops an die Hand zu geben, haben wir Ihnen folgende Checkliste zusammengestellt. Diese erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit, hilft jedoch bei der Klärung grundlegender Fragestellungen.

Layout/Navigation: Bietet der Shop eine schlüssige Navigation, differenzierte Suchmöglichkeiten wie z.B. optional einsetzbare Suchfilter oder Produktberater? Ist das Layout stringent strukturiert, sodass eine deutliche Unterscheidung von Navigationselementen, Inhalt und weiteren Interaktionselementen möglich ist?

Inhalt: Sind Ihre Texte (z.B. Produktbeschreibungen) sachlich kompakt, jedoch mit ausreichender Informationstiefe verfasst worden, um dem Informationsbedürfnis des Users Rechnung zu tragen? Verwenden Sie ausreichend große, möglichst emotional ansprechende Bilder? (Hinweis: Achten Sie auf ein ausgewogenes Verhältnis der Bild- und Textinformationen!)

Aktualität: Enthält der Webshop Fehlfunktionen, Schreibfehler oder „tote Links“? Achtung: Solche Fehler und andere Inkonsistenzen lassen den Nutzer schnell an der Seriosität des Anbieters zweifeln und untergraben die Vertrauenswürdigkeit des Shops!

Seriosität: Ist der Shop für den Nutzer vertrauenswürdig? D.h. sind Preise transparent dargestellt, werden bei der Anmeldung nur wirklich relevante persönliche Daten abgefragt, ist der Warenkorb an jeder Stelle des Bestellvorgangs einsehbar und sind die AGB klar verständlich und gut sichtbar platziert?

Bestellvorgang: Sind die Schritte, die der Kunde während des Bestellvorgangs zu durchlaufen hat, möglichst übersichtlich und schlank gestaltet, so dass der Nutzer nach seiner Kaufentscheidung den Einkauf schnell und unkompliziert abschließen kann?

Bezahlvorgang: Soll die Zahlung per Kreditkarte, Lastschrift, Überweisung, PayPal oder Giropay erfolgen? Entscheidend bei der Wahl sind vor allem die Sicherheit der Zahlungsmöglichkeit und die damit einhergehende Nutzerakzeptanz!

Unser abschließender Tipp

Lassen Sie den Shop von echten Anwendern testen! Oft stellen sich erst in der Praxis Unzulänglichkeiten oder Fehler heraus, die eine unkomplizierte Benutzung des Shops einschränken. So sollten Sie testen, ob der Webshop aus der Sicht des Nutzers übersichtlich und seriös gestaltet ist. Fühlt sich der Nutzer angesprochen und findet er sich intuitiv zurecht?

Wenn Sie schon einen Webshop betreiben, hilft Ihnen unsere Checkliste, eventuelle Schwachstellen zu finden und zu verbessern. Für angehende Webshop-Betreiber bietet sich eine Shoplösung an, die unkompliziert zu managen ist und Ihnen Raum für die wichtigen Aufgaben lässt. Für die Classic Line und Office Line empfehlen wir die Shopsysteme unserer Developer Partner SEG Network GmbH und f&s Computer und Software Vertriebs GmbH. Wir wünschen Ihnen gute Geschäfte!

Für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts können wir keine Haftung übernehmen.



Zur Wissensdatenbank

Die Sage Kundenbetreuung ist für Sie da:

Mo. bis Do. von 8:30 - 17:00 Uhr
Fr. von 8:30 - 15:30 Uhr
Tel: 069 50007-6300
Fax: 069 50007-7277
E-Mail: kundenbetreuung@sage.de

Telefon-Hotlines

E-Mail- & Fax-Support

Supportanfrage stellen

Wissensdatenbank

Tipps & Tricks

Wussten Sie schon ...?

Archiv

Webcast

Kundenzeitschrift

Mein Sage	Wissenspool	Services	Produkte		Kontakt
Mein Support	Wissensdatenbank	Wartung & Hotline	Classic Line	Sage CRM	Telefon-Hotlines
Supportanfragen	Tipps & Tricks	Wachstum durch Wartung	Office Line Evolution	Sage SalesLogix	E-Mail- & Fax-Support
Meine Produkte	Wussten Sie schon ...?	Schulungen	Personal- / Zeitwirtschaft	Speziallösungen	Kontaktformular
Meine Partner	Webcast	Consulting	ACT!	Referenzen	
Newsletter	Kundenzeitschrift	Kundenbetreuung			
		Formulare			