

**P R E S S E M I T T E I L U N G**

**Zehn Praxistipps für mehr Umsatz in Online-Shops**

*Umsatzfallen im E-Commerce – und wie sie sich vermeiden lassen*

**Leipzig, im Dezember 2022 – Von der Shop-Infrastruktur über Bildmaterial bis hin zum Zahlungsprozess: Die Schalthebel bei Webshops sind vielseitig und können den Erfolg entscheidend beeinflussen. Aus ihrer langjährigen Erfahrung im E-Commerce haben die Experten der Leipziger Agentur rekordmarke jetzt die zehn häufigsten Fehlerquellen zusammengestellt und zeigen in einem ausführlichen Whitepaper, wie sie sich verhindern lassen. Interessierte können sich die Tipps kostenlos auf der Website von rekordmarke herunterladen.**

„Das Kaufverhalten hat sich in den Pandemiejahren nachhaltig verändert und wird auch in Zukunft zunehmend online stattfinden“, sagt Tobias Brade, Marketingexperte bei rekordmarke. „Doch auch die Ansprüche an das Online-Kauferlebnis steigen. Es lohnt sich daher, den eigenen Webshop gründlich zu analysieren und mögliche Fehlerquellen auszuschließen.“

**Tipp 1: Produktbilder**

Gutes Bildmaterial ist essenziell. Bilder können Informationen anschaulicher transportieren als Texte und sollten intensiv dafür genutzt werden, den Kundinnen und Interessenten das Produkt näherzubringen. So kann es z.B. im Alltag präsentiert werden, um den Nutzen zu verdeutlichen.

**Tipp 2: Shop Design**

Ein gutes Shop-Design bietet die Möglichkeit, sich visuell von der Konkurrenz abzuheben. Es muss zeitgemäß und nutzerfreundlich gestaltet sein. Bei der Wahl des Designs sollten eine lesbare Typografie, eine strukturierte Navigation und schnelle Seitenladegeschwindigkeiten im Fokus stehen.

**Tipp 3: Lieferung und Versand**

Neben einer schnellen Lieferung legen Kundinnen und Kunden hohen Wert auf Transparenz über den Status der Sendung. Ein erfolgsbringender Faktor sind allerdings die Kosten – der Versand sollte daher möglichst kostenfrei erfolgen.

**Tipp 4: Lieferzeiten**

Lange Lieferzeiten sind ein No-Go. Auch wenn meist keine Same-Day-Delivery erwartet wird, sollte die Ware maximal innerhalb von zwei bis vier Tagen eintreffen. Wichtig ist auch eine deutliche Kommunikation, denn fehlende Klarheit über den Ablauf des Versands sowie zu lange Lieferzeiten sind ein häufiger Grund für Kaufabbrüche.

**Tipp 5: Customer Relationship Management**

Kundenbindung ist nicht selbstverständlich. Dennoch zielen die meisten Werbemaßnahmen auf die Neukundengewinnung ab. Ein gutes CRM-System hilft Shop-Verantwortlichen dabei, Bestandskunden an sich zu binden. Diese können z.B. mit sinnvoll geplanten, automatisierten E-Mails regelmäßig angesprochen werden.

**Tipp 6: Kundenservice und Rückgaberichtlinien**

Transparente Rückgaberichtlinien sind für viele Interessierte ein Kriterium für die Seriosität eines Webshops. Diese sollten daher verständlich und übersichtlich gestaltet werden – und ebenso leicht auffindbar sein wie der Kontakt zum Kundenservice. Denn nichts sorgt so schnell für schlechte Bewertungen, wie ein unerreichbarer Service.

**Tipp 7: Infrastruktur**

Der Erfolg eines Onlineshops basiert längst nicht mehr allein auf guten Produktbeschreibungen. So lassen sich z.B. mit redaktionellen Hintergrundartikeln oder eingebetteten Videos Mehrwerte schaffen. Dazu kann ein Shop System mit einem Content Management System kombiniert werden. Auch die nutzerfreundliche Gestaltung ist elementar. Dafür sorgen u.a. eine gute Kategorisierung der Produkte, eine übersichtliche Navigation, Cross-Verlinkungen und Barrierefreiheit.

**Tipp 8: Sicherheitsaspekte**

Shopbetreiber müssen zeigen, dass sie Sicherheitskriterien beachten. Neben dem verantwortungsvollen Umgang mit Kundendaten nach der DSGVO sind auch die technischen Voraussetzungen wichtig, um Sicherheitslücken auszuschließen. So ist ein SSL-Zertifikat ein Muss für jeden Onlineshop. Weitere Zertifikate, Siegel und Bewertungen helfen dabei, Vertrauen bei Kundinnen und Käufern zu schaffen, und sollten daher sichtbar sein. Sogenannte Social Proofs wie Likes, Shares und Follower in sozialen Medien untermauern diesen Effekt.

**Tipp 9: Bezahlung und Zahlungsprozess**

Ob PayPal, Kreditkarte, Sofortüberweisung oder Kauf auf Rechnung: Das Angebot der Zahlungsarten sollte so auf die Zielgruppe abgestimmt werden, dass die bevorzugten Varianten enthalten sind. Auch dadurch lassen sich Kaufabbrüche vermeiden. Der Zahlungsprozess sollte zudem möglichst einfach und unterbrechungsfrei ablaufen.

**Tipp 10: Produkte**

Fehlende Verfügbarkeiten sorgen für Frustration bei Käuferinnen und Kunden. Mit einer klaren Kommunikation von Erscheinungsterminen und Verfügbarkeiten können Shopbetreiber hier gegensteuern. Sie können z.B. Wartelisten einrichten oder anbieten, Interessierte per E-Mail zu benachrichtigen, wenn das gewünschte Produkt erhältlich ist.

„Der Online-Handel wird weiterwachsen. Um wettbewerbsfähig zu bleiben und Umsätze zu steigern, sollten Shopbetreiber mögliche Fehlerquellen daher umgehend beheben“, sagt Tobias Brade. „Dabei hat das Prüfen und eventuelle Beheben von Sicherheitslücken oberste Priorität. Anschließend ist es wichtig, sich mit dem Thema Usability und Design auseinandersetzen, um Interessierten einen rundum positiven ersten Eindruck zu verschaffen. Danach müssen die weiteren Umsatzfallen Schritt für Schritt abgearbeitet werden.“

Das von rekordmarke entwickelte Whitepaper enthält neben ausführlichen Tipps für mehr Umsatz im E-Commerce auch eine Checkliste. Es ist kostenlos auf der Website der Digitalagentur abrufbar: <https://www.rekordmarke.de/blog/umsatzfallen-im-onlineshop/>

Weitere Informationen über rekordmarke sind unter folgendem Link verfügbar: <https://www.rekordmarke.de/>

**Über rekordmarke**

Rekordmarke ist die Digital Marketing Agentur für die Gesundheitswirtschaft. Im Fokus steht die enge Verknüpfung aus strategischer Markenführung und digitaler Performance für Unternehmen aus der Gesundheitswirtschaft, vom Klinikbetreiber bis zum Anbieter von Health Devices für den Heimgebrauch. Ein Schwerpunkt bildet die Generierung von Leads in den Bereichen Personal und Patienten für Betreiber von Rehabilitations-, Akut-, Praxis- und Spezialkliniken. Ergänzt wird das Produktportfolio u.a. durch die Erstellung von Websites sowie Karriereportalen, wodurch der vollumfängliche Marketing-Mix seine volle Wirkung entfalten kann. Durch die Erstellung von kleinen und großen Websites oder Karriereportalen für die jeweilige Zielgruppe wird die Vermarktung in ihrer Wirkung unterstützt. Rekordmarke ist seit 2016 als eigene Marke der mellowmessage GmbH aktiv und Teil eines starken Netzwerks.

**Unternehmenskontakt:**

Tobias Brade

rekordmarke – eine Marke der mellowmessage GmbH

Härtelstr. 27

04107 Leipzig

E-Mail: tobias.brade@rekordmarke.de

Tel: 0341 – 140 655 – 762

**Pressekontakt:**

Andrea Weinholz

Weinholz Kommunikation

Plinganserstr. 59

81369 München

E-Mail: andrea@weinholz.org

Tel: 089 -24 24 16 95