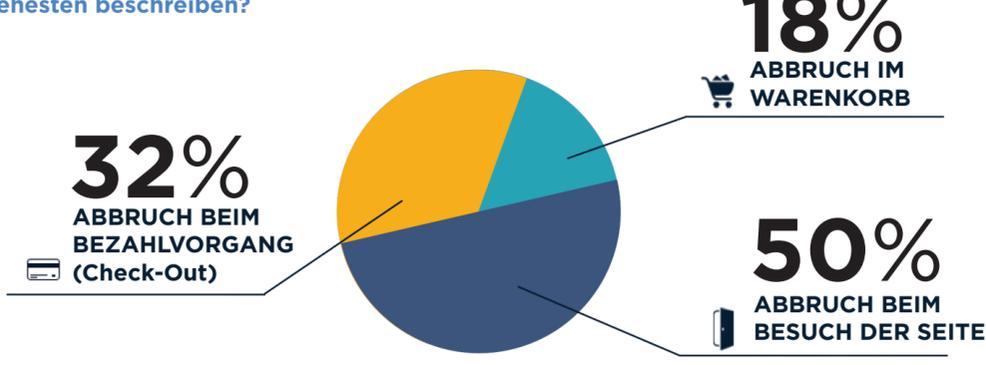


ANALYSE: SO BRINGEN ONLINE-HÄNDLER KAUFABBRECHER ZURÜCK IN DEN SHOP

Nutzer mit Kaufabsicht, die den Einkauf jedoch abgebrochen haben ...

Wie lässt sich Ihr Verlassen der Händlerseite am ehesten beschreiben?



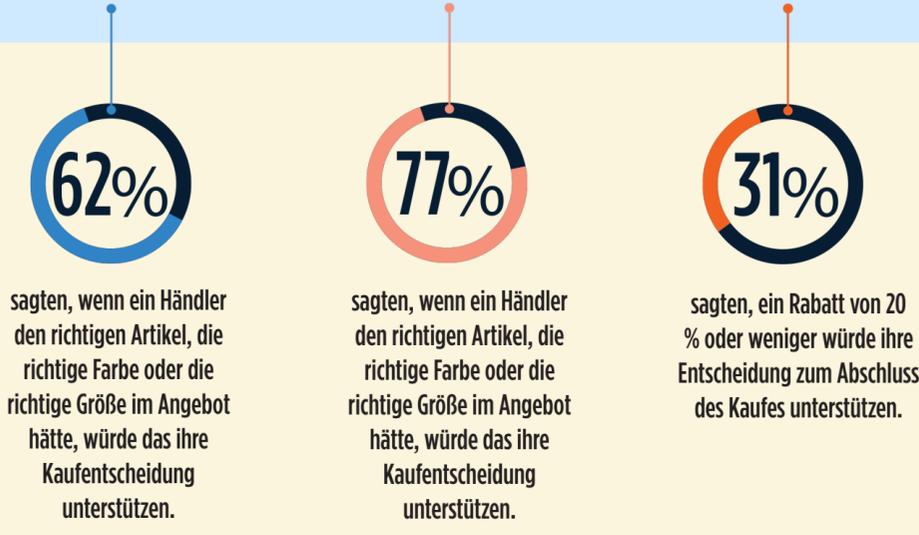
BESUCHSABBRECHER

Warum sie die Seite verlassen haben: Die Hälfte der Abbrecher hat die Seite vor der Auswahl von Produkten für den Warenkorb verlassen. Warum haben sie ihren Besuch abgebrochen?

Bei den meisten liegt es daran, dass sie Schwierigkeiten hatten, das gewünschte Produkt, die gewünschte Größe oder die gewünschte Ausführung zu finden.



Was würde Besuchersabbrecher zurückbringen?



WARENKORB-ABBRECHER

Warum sie den Warenkorb verlassen haben: 18 % der Nutzer mit Kaufabsichten brechen ihren Einkauf im Warenkorb ab. Der meistgenannte Grund hierfür ist, dass diese Kunden die Produkte für einen späteren Kauf speichern wollten.

Leider kehren viele von ihnen aber nie zurück. Eine weiterführende Analyse hat mehrere hilfreiche Tipps ergeben, wie und wann man diese Besucher am besten zurückholt, damit sie ihren Einkauf abschließen.



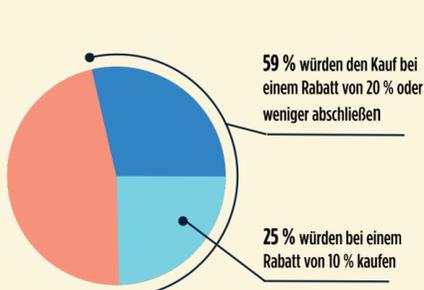
WANN IST DER BESTE ZEITPUNKT, UM DIESEN KAUF ABZUSCHLIESSEN?

52% SAGEN NACH 18 UHR

HAUPTGRUND FÜR DEN ABRUCH NACH WARENAUSWAHL:

SPEICHERN DER ARTIKEL FÜR EINEN SPÄTEREN KAUF...

Welcher Rabatt ist mindestens nötig, damit Sie den Kauf abschließen?



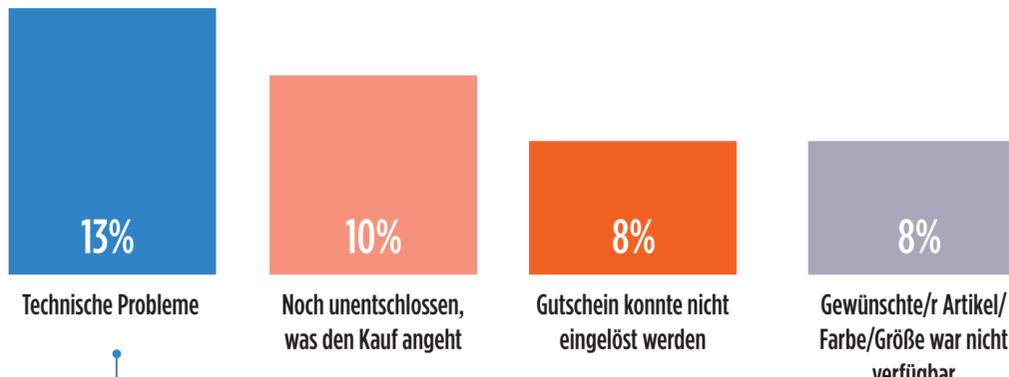
20%
SAGEN, EINE BENACHRICHTIGUNG, WENN DAS PRODUKT IM SONDERANGEBOT IST, WÜRDEN IHRE KAUFENTSCHEIDUNG UNTERSTÜTZEN.

PROFITIPP
VERSUCHEN SIE, NACH 18 UHR EINEN RABATT VON 10 - 20 % ANZUBIETEN — ZU DIESER ZEIT IST ES AM WAHRSCHEINLICHSTEN, DASS KUNDEN, DIE IHRE WAREN FÜR DEN SPÄTEREN KAUF GESPEICHERT HABEN, IHREN KAUF ABSCHLIESSEN.

ABBRECHER BEIM BEZAHLVORGANG

Warum sie den Check-Out verlassen haben: Etwa ein Drittel der Kunden, die eigentlich etwas kaufen wollten, brach den Kauf beim Check-Out ab. Oft waren technische Probleme der Grund. Viele der befragten Kunden berichteten, dass sie für den Kauf mehrere Versuche brauchten.

Um Kaufabbrüche beim Check-Out zu minimieren, können Sie versuchen, einen Chat oder eine Kunden-Hotline für den Bezahlvorgang einzurichten.



DIE DREI HÄUFIGSTEN SCHWIERIGKEITEN VON KUNDEN MIT TECHNISCHEN PROBLEMEN:



PROFITIPP

FÜHREN SIE EINE WÖCHENTLICHE QUALITÄTSÜBERPRÜFUNG IHRES BEZAHLVORGANGS MIT ALLEN GÄNGIGEN BROWSER- UND ENDGERÄT-KOMBINATIONEN DURCH.

Über die Analyse

Die Untersuchung von Connexity wurde von Januar bis April 2015 unter mehr als 60.000 Online-Einkäufern durchgeführt. Die befragten Online-Einkäufer wurden zufällig ausgewählt, während sie auf Shopping-Seiten im Bizrate-Netzwerk aus über 5.000 Online-Händlern in den USA und Kanada surfen.