

Entfernen Sie alle Kaufbarrieren

So, nun haben Sie die Kunden in Ihrem Onlineshop, aber wie stellen Sie sicher, dass sie eine optimale Customer Journey bis hin zum Kauf haben? Wie Sie bereits wissen, schläft die Konkurrenz nicht und die Käufer sind hektisch am Kaufen - deshalb muss der weitere Weg so einfach wie möglich sein.



Um dies zu ermöglichen, versuchen Sie folgendes:

Markieren Sie Ihren Sale! Es klingt offensichtlich, aber wenn Sie noch Ware haben, die nicht Teil des Sales ist, ist die Versuchung groß, dass Sie den nicht-rabattierten Artikeln Vorrang geben. Das wäre aber ein großer Fehler - der überwiegende Teil während dieser Zeit besteht nun mal aus Schnäppchenjägern und die verlassen den Onlineshop sehr schnell, wenn sie zu lange suchen müssen. Wenden Sie visuelle Merkmale wie verschiedene Farben an, um rabattierte und vollpreisige Ware zu unterscheiden und geben Sie Ihren Schnäppchen kurzzeitig den Vortritt in Ihrer Navigation.

Eine schlechte Rücknahmegarantie ist eine der größten Kaufbarrieren. Genau solche Hürden sollten Sie versuchen zu entfernen, damit dem Kauf nichts im Weg steht. **Wenn Sie bereits eine vorteilhafte Rücknahmegarantie haben, dann sollten Sie diese gerade jetzt an jeder Stelle anpreisen.** Die Käufer heutzutage kaufen eilig ein und der Kaufprozess ist deutlich kürzer, demnach haben sie auch keine Zeit, genauer zu recherchieren. Ihre Aufgabe ist es, ihnen die rasche Entscheidung so angenehm wie möglich zu machen - und Ihre Rücknahmegarantie kann genau das ermöglichen.

Optimieren Sie Ihren Checkout Prozess - gestalten Sie ihn so einfach wie möglich, damit umso mehr Kunden zufrieden Ihren Onlineshop verlassen. Hoffentlich haben Sie Ihren Checkout sowieso schon vereinfacht (wenn nicht, ist das Ihre erste Aufgabe im neuen Jahr), dennoch können Sie überlegen, ob Sie noch einen Schritt weitergehen möchten und die Registrierung kurzzeitig abschalten und einen "Gast"-Zugang anlegen.



Cowshed haben ihrem Black Friday Sale den Vorrang auf der Startseite gegeben und nutzen diesen Platz, um die Sale Bestseller hervorzuheben und sorgen somit dafür, dass die Kunden schneller zu den beliebtesten Produkten finden.



Benötigt Ihr unternehmen vielleicht einen zusätzlichen Antrieb nach den Feiertagen?

Personalisierung könnte die Lösung sein. Wie wäre es mit einem
kurzen Gespräch mit einem unserer E-Commerce Spezialisten,
um mehr zu erfahren?

[NOSTO.COM](https://www.nosto.com)