

Nutzen Sie Pop-ups als auffangnetz und zum Aufbau wertvoller Kundenbeziehungen

Natürlich wird es immer Käufer geben, für die Sales, eine ansprechend gestaltete Webseite und klar markierte Sonderangebote nicht genug sind und sie werden trotzdem Ihren Shop verlassen. Aber verzagen Sie nicht! Seitenabbruch-Technologien ermöglichen Ihnen, auch diese Käufer anhand von Pop-ups zurückzugewinnen...

Ziehen Sie diese zwei Ansätze in erwägung:

Pop-ups, um Ihre Besucher aufzuhalten.

Helpen Sie diesen Käufern auf ihrem Weg zum Checkout durch den Einsatz von verhaltensbasierten Pop-ups, die ausgespielt werden, sobald jemand Ihre Seite verlassen will. Ob ein Discount Code für weitere Sparangebote oder kostenfreier Versand - dies ist eine ideale Maßnahme, um den Umsatz dieser Tage zu maximieren. Der Onlineshop GreatDays hat eine Steigerung der Conversion Rate von 60% durch den Einsatz von 10% Rabatt Pop-ups kurz vor dem Verlassen des Shops erzielen können.



Stutterheim nutzen Pop-ups, um die Kunden daran zu erinnern wieviel sie einsparen können.

Nutzen Sie Pop-ups, um den Customer Lifetime Value zu steigern -

Während Black Friday steigen die Warenkorbabbruchsraten an, da Kunden vermehrt Webseiten vergleichen. Da normalerweise eine große Anzahl der Besucher bei Black Friday und Cyber Monday Neukunden sind, müssen Sie die Gelegenheit nutzen, um ihre Kontaktinformationen aufzunehmen, bevor sie wieder verschwinden. Deshalb wäre es eine gute Idee, entweder einen Banner oder ein Pop-up einzusetzen, um Käufer zu motivieren, ihre Email Adresse einzutragen. Denn auch wenn Pop-ups

nicht den besten Ruf haben, ein Test¹² zeigte, dass sie 1.375% mehr Email Adressen generierten als ein Opt-In Formular an der Seite.

Eine der besten Gelegenheiten für die direkte Kundenansprache ist der Warenkorbabbruch. Der Kunde hat Interesse am Kauf gezeigt, sich aber anscheinend doch umentschieden. Steuern Sie ein Pop-up aus, das durch die Absicht, die Seite zu verlassen ausgelöst wird und fragen Sie nach, ob der Käufer den Inhalt des Warenkorbs behalten oder sich für den Newsletter registrieren will. Desweiteren können Sie Emails einstellen, die durch Warenkorbabbrüche ausgelöst werden, um diese Käufer erneut anzusprechen.

My Sports Fuel nutzen Pop-ups, um ihre Black Friday Deals anzukündigen, aber nur im Austausch gegen eine Email Adresse.





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