Shop Optimierung Mit Dieser 79 Punkte Checkliste

Mit 6 profi-checklisten zu viel mehr Umsatz über deinen Online-Shop

Florian Schoel

Die perfekte Ergänzung zu diesen Checklisten

Das Gratis-Coaching mit Florian Schoel:
30 Minuten Gratis-Coaching, Tipps und Empfehlungen zu Ihrer Situation.

Hier geht's direkt zur Anmeldung für das Gratis-Coaching
https://conversion.consulting/call

Abkürzungen zu den einzelnen Checks:

Check #1: Kontrolliere was deine Kunden als erstes sehen

Check #2: Den gesamten Shop betreffend (auf jeder Seite)

Check #3: Die Produktseite: Das Nadelöhr zum Checkout

Check #4: Zusätzliche Inhalte und Informations-Seiten

Check #5: Warenkorb und Checkout-Prozess

Check #6: Support-Anfragen/Retouren vermeiden

BONUS: Gratis Strategiegespräch

Check #1: Kontrolliere was deine Kunden als erstes sehen

Du hast nur ganze 3 bis maximal 5 Sekunden Zeit, einen neuen Besucher davon abzuhalten deinen Shop wieder zu verlassen. In unter 5 Sekunden ist die Entscheidung für den Besucher bereits unterbewusst gefallen, ob er auf deinem Shop kaufen wird oder nicht. Durch ein paar kleine Kniffe kannst du dir sicher sein, dass deine Startseite dazu einlädt weiter auf deinem Shop zu bleiben anstatt weiter auf Google zu wechseln.

Checkliste #1: Startseite

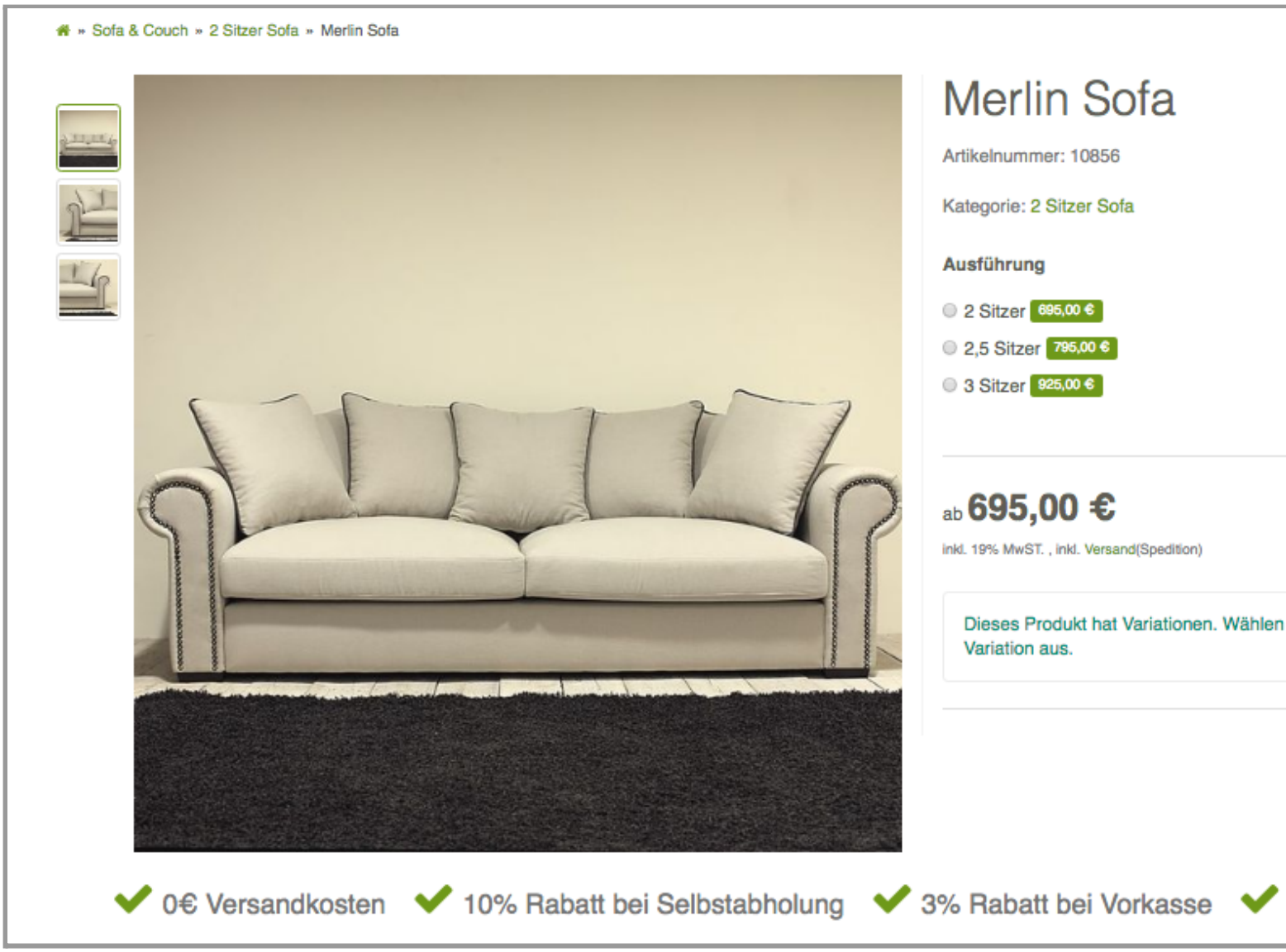
Check	Todos für die Startseite
	Dein Shop muss auf allen gängigen Browsern (z.B Firefox, Chrome, Safari) einen guten Eindruck machen.
	Besorge dir ein professionell gestaltetes Logo (ab 10 € gibt es professionelle Logos z.B siehe Linksammlung im Anhang)
	Deine Startseite muss (wie auch der ganze Rest deines Shops) für Mobilgeräte (Smartphones, Tablets) angepasst sein.
	Bewerbung von Aktionen, Preisvorteilen, Specials und Gratisversand auf der Startseite
	Klare Handlungsaufforderungen die den Kunden dazu anregen tiefer in die Seite zu klicken
	Direktlinks zu den beliebtesten Produkten im Shop
	Ein großes Suchfeld möglichst prominent platziert
	Evtl. eine “Neuigkeiten” oder “News” Kategorie die zum informieren einlädt
	Verlinkung auf “kürzlich wurde gekauft” oder “Beliebteste Produkte” (Sammlung ausserhalb der Produkt-Sortierung)
	Direktlinks auf beliebte Marken

Check #2: Den gesamten Shop betreffend (auf jeder Seite)

Die folgende Liste würde ich dir zur vierteljährlichen Prüfung deines gesamten Shops empfehlen.

Check	Todos auf jeder Seite des Shops
	Der Warenkorb - rechts oben
	Sicherheitszertifikate und Erinnerung daran, dass dein Shop sicher und geprüft ist.
	Halte den Shop so simple wie möglich um die Navigation auf das Wesentliche zu konzentrieren
	Teste die Geschwindigkeit deiner Seite (regelmäßig). z.B “Google Site Speed Check” oder “Pingdom”
	Fehlerhafte Links aufspüren (Google: “Search Console”) und beseitigen
	Kategorien sollten von jeder Seite aus erreichbar sein
	Email Eintragungsfeld auf jeder Seite sichtbar
	Link zum Datenschutz
	Link zur Kontaktseite
	Link zu den “Häufig gestellte Fragen”
	Link zu den Rückgabe und Umtausch Infos
	Alle Bezahlmethoden grafisch darstellen
	Sicherheitsvorkehrungen grafisch darstellen
	“Zur Kasse” Button direkt auf jeder Seite erreichbar (nicht erst über Warenkorb)
	“Breadcrumb” nutzen um die Navigation zu vereinfachen

Check #3: Die Produktseite: Das Nadelöhr zum Checkout

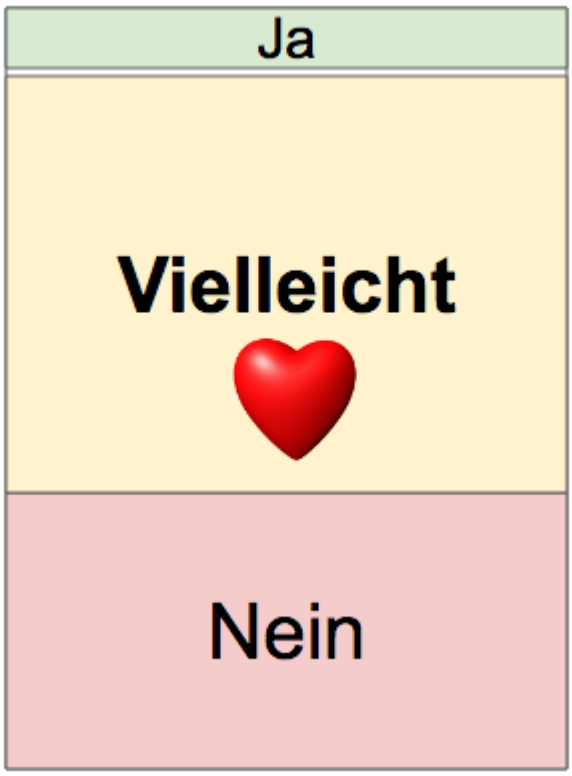


Mehr und mehr Besucher werden mit der Zeit direkt auf den Produktseiten deines Shops landen. Über Google und andere Suchmaschinen findet der Besucher den direkten Weg zum Produkt, ohne vorher die Startseite gesehen zu haben. Deshalb solltest du die folgenden Elemente, Hinweise und Strategien nutzen um auch in diesem Fall die Kaufentscheidung des Kunden zu unterstützen.

Checkliste #2: Produktseite

Check	Todo für deine Produktseite
	Achte darauf, dass die Produktseite nicht überladen wirkt. Das verwirrt und suggeriert einen langen und schweren Checkout-Prozess
	Schnellstmögliche Ladezeiten der Produktseiten garantieren (“Google Site Speed Check”, Google nach “Pingdom”)
	Preisinfos inkl. möglicher Rabattstaffeln oder Vergünstigungen
	Erwartete Lieferzeit
	Verfügbarkeit (Anzahl in Stock)
	Live-Chat Funktion
	“Package-Deals”: Bekannt von amazon: “Wird häufig zusammen gekauft” (das Bundle als Produkt anbieten)
	Versandkosten und Steuern auch auf der Produktseite anzeigen
	“In den Warenkorb” Button (klingt logisch, ist aber nicht selbstverständlich)
	“Auf die Wunschliste” Button
	Einfaches verändern der Stückzahlen ermöglichen
	Kommentare erlauben (zusätzlicher “Social Proof” und wertvolles Feedback für Sie als Shop Eigentümer)
	Die Produktnummer (um das Notieren und spätere Auffinden des Produkts zu erleichtern)
	Klare Handlungsaufforderungen (aktive Beschriftung des Buttons, nicht nur “Absenden”)
	Produktbeschreibungen die über die bloße Beschreibung der “Eigenschaften” hinausgehen und auf den “Nutzen/Vorteil” für den Kunden eingehen
	Verwandte/Ähnliche oder “von anderen Besuchern auch gesehene” Produkte zum Einstieg in den Shop
	Kundenmeinungen und Bewertungen für die einzelnen Produkte
	Argumente für den Kauf hervorheben: z.B Gratis Versand oder ein Rabatt wenn der Kunde jetzt gleich kauft
	Leicht erkennbare Navigation für mehr Produktbilder (unterschiedliche Perspektiven, 360 Grad Ansicht, ideal: “Zoom Funktion” um die Bilder auf Wunsch im Detail zu sehen)
	Kurze Videos, die das Produkt in Aktion zeigen

Check #4: Zusätzliche Inhalte und Informations-Seiten



Nur knapp 5% - 10% der Besucher eines Onlineshops sind sofort kaufbereit (im besten Fall). Das sind Ihre “Ja’s” Um diese Besucher müssen Sie sich keine Gedanken mehr machen. Diese Besucher kaufen schon sicher.

Weitere 30-40 % werden niemals Kunde werden. Damit müssen Sie sich abfinden. Entweder sind diese Besucher zufällig auf Ihren Shop gestolpert oder haben sich eigentlich schon für einen anderen Shop entschieden und wollten nur noch kurz den Preis testen.

Die verbleibenden 50% Ihrer Besucher sind die “Vielleichts”.
Hier verbirgt sich das meiste bisher noch ungenutze Potential für Ihren Umsatz. Auf diese Nutzer sollten Sie auch einen Großteil Ihrer Aufmerksamkeit lenken. Schließlich ist das der zukünftige Umsatz Ihres Shops. Diese Nutzer haben gerade damit begonnen sich zu informieren und sind daher noch relativ Weit von einer Kaufentscheidung entfernt.

Je früher Sie Ihren “Vielleichts” die Möglichkeit geben mit Ihnen in Kontakt zu treten, desto stärker wird Ihr Umsatz-Anstieg dadurch sein.
Diese Nutzer befinden sich in der (Vor-) Informations-Phase der Kaufentscheidung.
Daher sollte Ihr Shop hochwertige Inhalte bereitstellen um bereits in dieser Entscheidungsphase mit dem zukünftigen Kunden Vertrauen aufzubauen.

Zusätzlich zu den “Vielleichts” auf Ihrem Shop, überzeugen Sie mit inhaltlich hochwertigen Informations-Artikeln auch noch die Suchmaschinen dieser Welt (Bing, Google, etc.) suchen alle nach guten Inhalten und nicht nach E-Commerce Shops. Wenn Sie also zusätzlichen Besucherstrom über Google & Co. möchten, dann werden Ihnen Ihre Info- und Inhaltsseiten dabei behilflich sein.

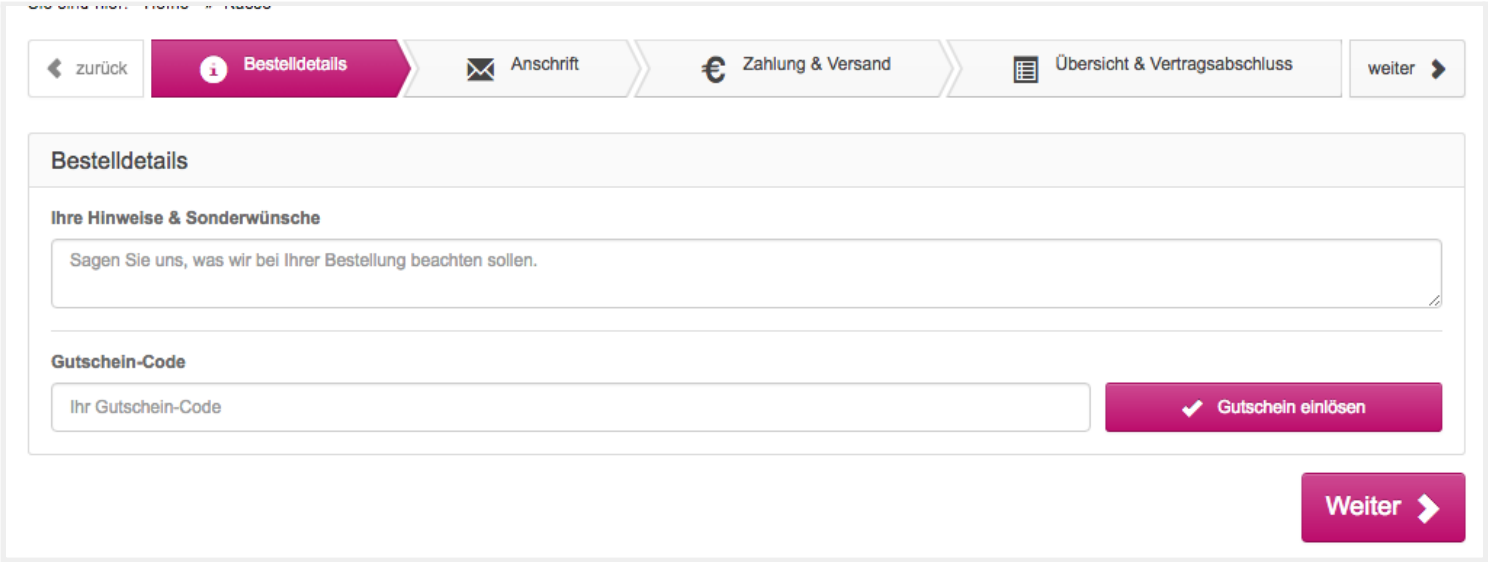
>> Mehr Infos zum Thema <<

Checkliste #3: Zusätzliche Inhalte und Informationsseiten

Check	Todos für Ihre Info-Seiten
	Aufklärung und Hintergrund-Infos zu Ihrem Thema
	Kurze How-To Anleitungen
	Produktvorstellungen und Produkt-Tests
	Neuigkeiten zu Ihrem Thema/Ihrem Shop
	Kommentare zulassen (zusätzlicher Austausch mit Ihren zukünftigen Kunden kann nie schaden.)
	"Hinter den Kullissen" Reports (Ideal: Mit Video) zu Ihrem Shop. Das weckt Interesse, beendet die Anonymität, zeigt die "Echtheit" der Menschen hinter Ihrem Shop und schafft Vertrauen
	Checklisten die zu Ihrem Thema/Produkt passen (siehe diese Checkliste die Sie gerade lesen ;)
	Weiterführende Links und Infoseiten
	Eine Seite mit Erfahrungsberichten/Interviews (ideal: Video) anderer Kunden über die Erfahrung mit Ihren Produkten / Ihrem Shop

Sie benötigen Hilfe bei der Umsetzung? Sie brauchen einen Partner, der Sie berät und Schritt für Schritt begleitet, um Ihren Gewinn zu maximieren? Dann buchen Sie jetzt ganz unverbindlich und vollkommen kostenlos ein kurzes Kennenlern-Gespräch mit mir, Florian Schoel: >> Termin gratis buchen <<

Check #5: Warenkorb und Checkout-Prozess



Hier geht's jetzt direkt um "Umsatz" oder "Kein Umsatz". Anstatt dem Kunden an der Kasse und bei der Bezahlung im Wege zu stehen, nutzen Sie den Checkout-Prozess dazu, den Großteil der Warenkörbe auch zu neuem Umsatz zu wandeln.

(Checkliste auf der nächsten Seite: Der Warenkorb oder auch "Das Nadelöhr zum Umsatz")

Checkliste #5: Warenkorb und Checkout-Prozess

Check	Todos für deinen Checkout-Prozess
	Teste deinen Checkout-Prozess regelmäßig und stelle sicher, dass der Ablauf noch genauso funktioniert wie am Anfang (die kleinste Technische Änderung (auch bei Updates seitens des Shopsystems) können zu einem Ausfall/Fehlern des Checkout-Prozesses führen.
	Nach abgeschlossener Zahlung unbedingt das “Weiter stöbern” anbieten (“Andere Kunden die X gekauft haben, haben sich anschließend für Y interessiert”, etc.)
	Die Sicherheits-Zertifikate, Treue-Sigel und Logos der Bezahlmethoden sollten besonders im Checkout-Prozess deutlich auf jeder Seite erscheinen
	Den Warenkorb “für später speichern” bzw. direkt per Email an den Kunden senden (falls möglich suche nach einem Plugin mit dieser Funktion für dein Shop System)
	Erweitere dein Angebot an Versandmethoden / Zahlungsmethoden / Ratenzahlung, etc.
	Ein Feld für “Rabatt-Codes”
	Bei digitalen Produkten: Unbedingt nach Abschluss der Zahlung erkären, wie der Nutzer die digitalen Inhalte erhalten wird (Zugangsdaten zu einem Mitgliederbereich? Per Email?)
	Biete dem Kunden erst dann die Erstellung eines neuen Kundenkontos an, wenn die Bezahlung bereits abgeschlossen ist.
	Akzeptiere alle gängigen Bezahlungsmethoden
	Denke dringend darüber nach ob du Gratis Versand evtl. schon ab einem niedrigeren Bestellwert anbieten kannst: Die zusätzlichen Verkäufe die durch den Anreiz entstehen sind in den meisten Fällen viel größer als die Versandkosten
	Fortschrittsanzeige (der Kunde muss wissen wo er sich gerade im Checkout Prozess befindet)

Check #6: Support-Anfragen/Retouren vermeiden

Vielen Dank für Ihre Bestellung.

Ihre Bestellnummer: 200013087 19.12.2016 15:47:17

Rechnungsadresse:

florian schoel
KlickPro

Lieferadresse:

florian schoel
KlickPro

Zahlungsmethode:

PayPal Express

Zahler Email:

Objekt	Artikel Nr.	Anzahl	Zwischensumme
Stativdrehtafel - Whiteboard mobil lackierte Oberfläche 150 x 100 cm	19203202	1	209,99 €
Whiteboard Starter-Kit	37102	1	7,90 €
		Zwischensumme	217,89 €
		Lieferung und Verpackung	0,00 €
		19% Steuer (19%)	34,79 €
		MwSt.	34,79 €
		Gesamtbetrag	**217,89 €**

Viscom Direct GmbH & Co. KG
Düsseldorfer Str. 6 - 8
68219 Mannheim

Telefon: +49 (0) 621 / 950495-52
Fax: +49 (0) 621 / 950495-29
Web: www.whiteboards-outlet.de
E-Mail: service@whiteboards-outlet.de

Je besser die Nachbetreuung bei einem Kauf in Ihrem Shop, desto höher die Wahrscheinlichkeit, dass Sie mit diesem Kunden in Zukunft noch mehr Umsatz machen:

1) Der Kunde gewöhnt sich daran Ihre Emails zu öffnen (sehr wertvoll, wenn Sie anschließend damit beginnen Promo- und Werbemails an den Kunden zu senden

2) Der Kunde fühlt sich gut versorgt, alle seine Fragen werden direkt beantwortet - entweder in den Emails oder per Service Emailadresse 3) Direkt nach dem Kauf - und einer guten Nachbetreuung - ist der Kunde am empfänglichsten dafür, weiter aktiv zu werden.

Checkliste #6: Support Anfragen & Retouren vermeiden

Check	Todos für die Folge-Email Serie (Autoresponder !)
	Bedanken Sie sich für den Einkauf
	Wiederholen Sie die Lieferadresse
	Eine Rechnungskopie bequem per Email
	Das Produktbild des gekauften Produktes
	Ein Link zu dem gekauften Produkt, Ihren “hilfe” und “häufige Fragen” Seiten
	Weitere Produktempfehlungen (Kunden die X gekauft haben, haben anschließend auch Y gekauft)
	Senden Sie eine kleine Umfrage/Zufriedenheitsabfrage nach ca. 1 Woche
	Bitten Sie den Kunden bei dieser Gelegenheit um sein Feedback/Umfrage Teilnahme
	Bieten Sie einen “Treue-Kunden-Rabatt” falls der Kunde schon mehrere Wochen/Monate nicht mehr gekauft hat
	Wecken Sie das Interesse daran, ein Kundenkonto bei Ihnen zu eröffnen (Rabattcode und dauerhafte Vorteile auflisten)
	Bieten Sie Geschenk-Gutscheine mit einem Sonder-Rabatt als Dankeschön für den Kauf
	Nutzen Sie “Remarketing” um die Besucher mit stehen gelassenen Warenkörben zu Kunden zu wandeln
	Bieten Sie auch eine Möglichkeit in der Email, die Bestellung zu stornieren
	Die Bestellnummer und ein Link zu Ihren Retour-Anleitungen

TIPP: Die ware Macht dieser Checklisten liegt in der Umsetzung.
Nur das Durchlesen der Checklisten bringt fast garnichts. Drucke dir daher die Checkliste aus, nimm dir einen Nachmittag Zeit und fülle die gesamte Checkliste aus.
Notieren in der Spalte “Check” einfach “ja” oder “nein”, damit du die “ist” Situation deines Shops festhältst und dich anschließend an die Umsetzung der einzelnen Schritte machst die du noch nicht erledigt hast.

Die perfekte Ergänzung zu diesen Checklisten

90 Minuten Trainings-Video

100% Umsatz-Steigerung in 10 kleinen Schritten: 10 x 10%

--> Hier geht's zum Video-Training:

https://conversion.consulting/training/

60 Stunden Live-Streams

Jeder einzelne der vergangenen 60 Livestreams wurde aufgezeichnet.

--> Hier geht's zu den Videos in unserem YouTube Kanal

https://conversion.consulting/yt

Mehr Umsatz gefällig?

Lass uns über deinen Shop & mehr Umsatz sprechen.

Du machst bereits min. 1000€/Monat seit mindestens 6 Monaten am Stück? Dann ist dieser Termin perfekt für dich.https://conversion.consulting/florian-schoel

https://conversion.consulting/call

Wer/Was steckt hier dahinter?

Ein kleiner Blick in unsere Beratungs-Agentur für Conversions und Wachstum in Onlineshops.

--> Hier der Link zu unserer Agentur-Seite

https://conversion.consulting