

WIESO WERDEN MEINE BESUCHER NICHT ZU KUNDEN?

Veröffentlicht am 12. August 2013 von Isabella



Es ist der **erste Schritt zum Erfolg**: Besucher auf der Seite Ihres Webshops. Damit haben Sie bereits ganze Arbeit geleistet. Leider genügt das nicht, denn der Besucher muss zum Kunden werden, damit Sie auch etwas davon haben. Das ist leichter gesagt als getan, denn genau dieser Vorgang der **"Konversion"** ist nicht zu unterschätzen. Man muss **Überzeugungsarbeit** leisten, damit der Besucher die Initiative ergreift. Besonders sinnvoll in diesem Bereich zu optimieren ist es dann, wenn Ihre **Analysetools** Ihnen mitteilen, dass Sie zwar viel Traffic auf Ihrer Webseite haben, aber im

Verhältnis dazu nur wenige Käufe statt finden. Das ist frustrierend und wirft viele Fragen auf. Es hilft, den Gedankengang des Besuchers nachzuvollziehen, um **Lösungen** zu finden:

- **"Diese Seite lädt viel zu lang - ich werde sicher auch auf einer anderen fündig."**
Die Grundvoraussetzung, um Besucher nicht sofort zu verlieren, ist eine **schnelle Performance** Ihrer Webseite. Lange Ladezeiten nerven und führen zu einer hohen Absprungrate. Google zufolge sollte die Seite **maximal 1,5 Sekunden** laden. Dies kann man mit verschiedenen Tools schnell und einfach überprüfen.
- **"Ich kann mein gewünschtes Produkt nicht finden und es gibt nicht mal eine Suchfunktion."**
Man sollte es dann dem Besucher selbstverständlich so einfach wie möglich machen, die Produkte zu erwerben. Deswegen muss Ihr Webshop **übersichtlich** und **vertraut** aussehen. Orientieren Sie sich an den großen Vorbildern, wenn es um **Navigation** und **Aufbau** Ihres Online-Shops geht. Stark abweichende Designs können Verwirrung stiften und den Besucher leicht vergraulen. Achten Sie auf Benutzerfreundlichkeit: Buttons sollten zum Beispiel eine eindeutige Kennzeichnung erhalten und alle zum richtigen Ziel führen. Gerade in Webshops

sind Funktionen zum **Filtern**, zum **Suchen** und **Sortieren** obligatorisch.

- **"Das hier sieht mir nicht gerade vertrauenswürdig aus."**

Mögliche Kunden wünschen sich selbstverständlich die **höchste Qualität** der zu erwerbenden Produkte. Genau dieses [visuelle Vertrauen müssen sie dringend beim Besucher wecken](#). Akurate Informationen und eine übersichtliche Seite sind wichtige Faktoren. "Trust-Siegel" erhöhen das Vertrauen noch - übertreiben Sie es damit aber nicht, sondern setzen Sie diese eher dezent ein. [Kundenbewertungen](#) und **Testimonials** sind sehr wirkungsvoll: Die Meinung anderer Nutzer kann Ihre Besucher stark **beeinflussen**.

- **"Der Stand der Informationen ist von 2009? Darauf kann ich nicht bauen."**

Achten Sie immer auf [absolut aktuelle Inhalte und Informationen](#), auf die Ihre Kunden vertrauen und bauen können. Veralteter Content wirkt **unprofessionell**. Sorgen Sie daher dafür, dass immer die neusten Informationen für Ihre Kunden zugänglich sind.

- **"Wieso kann ich hier denn nicht mit Kreditkarte zahlen?"**

Sie sind an der Zielgeraden: Der Besucher hat sich für einen Kauf entschieden und startet den **Bestellvorgang**. Er möchte per Kreditkarte zahlen, doch diese Bezahlungsfunktion steht nicht zur Verfügung. Es kann nun passieren, dass der Nutzer den Kauf abbricht und zu einem anderen Anbieter wechselt. Informieren Sie den Käufer vorab, welche **Zahlungsmöglichkeiten** es gibt und versuchen Sie, so **viele Optionen wie möglich** anzubieten.

In Kürze: machen Sie es Ihren Besuchern so einfach und unkompliziert wie möglich, den Kauf abzuwickeln. Wenn sich Ihre Zahlen verbessert haben, können Sie den nächsten Schritt einleiten: [Stammkunden zu gewinnen](#). Wenn Sie Interesse an einem **professionellen Webshop** und einer **überzeugenden Webseite** haben, [kommen Sie gerne auf uns zu!](#)

Thumbnail Image: [Pumpkin pie supplies](#) von: [Kent Wang](#) via [CC BY-Sa 2.0](#).