

Link: <https://www.computerwoche.de/a/5-tipps-fuer-den-online-shop,3060349>

Sage Pay Benchmark Report für den Onlinehandel

5 Tipps für den Online-Shop

Datum: 24.04.2014

Autor(en): Holger Eriksson

Der Online-Payment-Spezialist Sage Pay hat mehr als 300 Onlinehändler aus Deutschland befragt. Danach endet im Durchschnitt jeder vierte Besuch eines Web-Shops mit einem Kaufabschluss. Die E-Commerce-Spezialisten haben fünf Themenbereiche identifiziert, auf die Online-Händler achten sollten, um ihren Umsatz zu steigern.



Die "Konversions-Rate", also das Verhältnis von Website-Besuchern und Kaufabschlüssen, liegt im Schnitt der befragten Web-Shops bei 28 Prozent. "Eine recht hohe Zahl, die wir auf den ersten Blick gar nicht glauben mochten", schreiben die Autoren des Benchmark-Reports. Sie stufen Onlineshops mit einer Konversionsrate über diesem Durchschnittswert als "erfolgreich" ein, Shops mit einem niedrigeren Wert wurden als "weniger erfolgreich" definiert.

Mit dem Vergleich der beiden Gruppen sind die E-Commerce-Spezialisten der Frage auf den Grund gegangen, weshalb es die "erfolgreichen" Shops zu mehr Kaufabschlüssen bringen. Daraus haben sie fünf Themenbereiche abgeleitet, die für den Erfolg des Online-Shops von entscheidender Bedeutung sind:

- **Verringern der Kaufabbruchquote**

60 Prozent der Befragten gaben zu, dass sie keine Ahnung haben, wo der Online-Shopper während des Bezahlprozesses abspringt. Um Kaufabbrüche zu reduzieren, ist es wichtig, den Checkout-Vorgang für Kunden so einfach wie möglich zu gestalten, mit verlässlichen Indikatoren zu überprüfen, an welcher Stelle der Kauf abgebrochen wird, und gegebenenfalls den Online-Shop umzugestalten, um das Abbruchrisiko zu verringern.

- **Vorkehrungen gegen Betrug**

Sicherheit im Onlinehandel ist ein wesentliches Thema - immerhin haben 52 Prozent der Befragten in den letzten 12 Monaten Geld durch betrügerische Aktivitäten verloren. Wer aber weiß, worauf es ankommt, kann sich entsprechend schützen und das Risiko, Opfer einer Onlineattacke zu werden, deutlich verringern.

- M-Commerce ist längst nicht mehr reine Theorie, sondern bei vielen Onlinehändlern schon „Business as usual“.

Sage_Benchmark
Foto: Sage Pay



Wie groß ist der Anteil von M-Commerce am Gesamtumsatz, falls Sie bereits eine mobile App haben oder Ihren Webauftritt für mobile Endgeräte optimiert haben?



Online-Shopping von unterwegs

Das Thema "Mobil" spielt eine immer wichtigere Rolle im deutschen Onlinehandel und steht an einem Wendepunkt. 45 Prozent der befragten Händler haben ihren Internetauftritt für mobile Endgeräte bereits optimiert. Immerhin 26 Prozent stellen bereits eine App zur Verfügung. Wer bis jetzt noch keine M-Commerce-Strategie entwickelt hat, sollte sich schnellstens damit beschäftigen.

- **Zertifizierung (PCI-DSS: Payment Card Industry Data Security Standards)**

Die Nichteinhaltung der von der Zahlungsindustrie vorgegebenen PCI DSS kann fatale Folgen haben. Dennoch gab über die Hälfte der Befragten (54 Prozent) zu, dass sie die verpflichtenden Vorgaben entweder nicht oder nicht vollständig verstehen. Onlinehändler sollten sich eingehend zu diesem Thema informieren und die PCI-DSS vorgegebenen Standards umsetzen.

- **Verkaufen im Ausland**

E-Commerce ist grenzenlos, wenn man Sprachhürden überwindet, logistische und rechtliche Feinheiten beachtet sowie geeignete Bezahl- und Versandmöglichkeiten anbietet. Online-Händler sollten deshalb erwägen, ob und wie der Verkauf im Ausland zur Umsatzsteigerung beitragen kann und welche Maßnahmen ergriffen werden müssen, um ins Auslandsgeschäft einzusteigen.

Für den "Sage Pay Benchmark Report für den Onlinehandel" wurden im letzten Jahr mehr als 300 Onlinehändler aus Deutschland befragt. Die Onlineumfrage bestand aus 35 Fragen und wurde von dem unabhängigen Marktforschungsinstitut TÜV Saar NetResearch durchgeführt.