

Warum Körbe sterben

Lernziel: Nach diesem Modul benennen Sie die sechs wiederkehrenden Checkout-Killer – Hidden Costs, Forced Account, Complex Forms, Trust Deficits, fehlende Payment Options und fehlender Exit Intent –, lesen ihre Symptome in Ihren eigenen Daten und Durchläufen und priorisieren Maßnahmen nach Abbruchvolumen mal Lösungsaufwand.

Key Takeaways

- Siebzig Prozent der Warenkörbe sterben, die meisten an vermeidbaren Reibungen.
- Die sechs Killer sind Hidden Costs, Forced Account, Complex Forms, Trust Deficits, Payment Options und fehlender Exit Intent.
- Daten zeigen wo, Durchläufe zeigen warum. Beides zusammen liefert die richtige Priorität.
- Hidden Costs, Forced Account, Complex Forms, Trust Deficits, fehlende Payment Options und fehlender Exit Intent treiben die meisten Abbrüche.
- Jeder dieser Killer hat ein klares Symptom in Ihren Daten.
- Die gute Nachricht: jeder lässt sich gezielt angehen.

Framework-Schritte

1. **Killer erkennen**
2. **Daten lesen**
3. **Impact berechnen**
4. **Priorität setzen**
5. **Vier Schritte**
6. **Vierundzwanzig Felder**
7. **Reduktion auf zwölf**

CONCEPT

Die Baymard-Benchmark: fast siebzig Prozent Abbruch

Das Baymard Institute analysierte Zehntausende Checkout-Prozesse und ermittelte eine durchschnittliche Abbruchrate von rund neunundsechzig Komma acht Prozent.

CONCEPT

Hidden Costs: die Steuer auf Vertrauen

Fast jeder zweite Abbruch entsteht, weil Kosten später oder unvollständig angezeigt werden.

CONCEPT

Forced Account: der unsichtbare Ausgang

Sechszwanzig Prozent der Kunden brechen ab, wenn sie zum Konto erstellen gezwungen werden.

CONCEPT

Complex Forms: jede Felderreihe kostet Conversion

Jedes zusätzliche Formularfeld erhöht die Abbruchwahrscheinlichkeit, besonders auf Mobilgeräten.

CONCEPT

Trust Deficits: der Moment der höchsten Angst

Im Checkout gibt der Kunde sensible Daten ein. Das ist der Punkt maximaler Vorsicht.

CONCEPT

Payment Options: die Gewohnheit des Kunden

Neun Prozent der Abbrüche entstehen, weil die bevorzugte Zahlungsart fehlt.

So nutzen Sie dieses Job-Aid: Nutzen Sie es als Kurzreferenz, bevor Sie eine Kampagne, ein Audit oder eine Strategieentscheidung anpacken. Die Takeaways und die Entscheidungsmatrix helfen Ihnen, schnell den Fokus zu setzen und typische Fehler zu vermeiden.