

Checkout-Optimierung

Lernziel: Nach diesem Modul entscheiden Sie für Ihr Geschäftsmodell begründet zwischen Gast-Checkout, Express-Checkout und Kundenkonto sowie zwischen Single-Page- und Multi-Step-Checkout und bewerten Muster wie Fortschrittsanzeige, Adress-Autocomplete, Inline-Validierung und Mobile-Optimierung nach ihrer Wirkung auf die Completion Rate.

Key Takeaways

- Bieten Sie Gast-Checkout an, zeigen Sie Fortschritt und Zusammenfassung, und reduzieren Sie Formularfelder.
- Setzen Sie Adress-Autocomplete, Inline-Validierung und Express-Checkout gezielt ein.
- Optimieren Sie Mobile separat und machen Sie Kosten, Lieferzeit und Sicherheit früh sichtbar.

Framework-Schritte

1. Abbruchgründe kennen
2. Checkout-Muster wählen
3. Mobile beachten
4. Umsatz steigern
5. Gast-Checkout wählen
6. Adresse eingeben
7. Zahlung wählen

Kernpunkte im Überblick

CONCEPT

Vom Abbruch zur Optimierung

Das Baymard Institute identifizierte die häufigsten Abbruchgründe: unerwartete Kosten, erzwungenes Konto und lange Formulare.

CONCEPT

Gast-Checkout als erster Standard

Bieten Sie Gast-Checkout als Standardoption an und verstecken Sie ihn nicht hinter einem Login-Tab.

Vertrauen

Zeigen Sie deutlich, an welchem Schritt der Kunde gerade ist und wie viele Schritte folgen.

Zeigen Sie auf jeder Checkout-Seite eine Zusammenfassung des Warenkorbs mit Artikeln, Mengen und Preisen.

CONCEPT

Adress-Autocomplete beschleunigt den Prozess

Autocomplete für Postleitzahl, Stadt und Straße reduziert Tippfehler und verkürzt die Eingabezeit.

CONCEPT

Fehlerbehandlung, die nicht verdirbt

Validieren Sie Formularfelder direkt nach dem Verlassen des Feldes, nicht erst beim Absenden.

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.