konversionsKRAFT

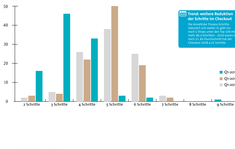
CHECKOUT-REPORT Q1-2018

Der Nutzer hat in der Regel den Kaufprozess mental mit dem Klick auf den Kaufen-Button schon abgeschlossen. Die Entscheidung ist gefallen. Doch die **letzte Hürde im Kaufprozess** steht noch an: der Checkout.

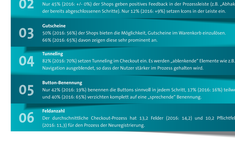
Im Checkout trennen ihn noch durchschnittlich 4,25 Prozess-Schritte (Vorj.: -11,46%) und 14,2 Felder (Vorj.: -7,31%) von dem Klick auf den finalen Kaufen-button. Eine **Menge Potenzial für Optimierungen**. Wir haben die Checkouts der deutschen Top-100-Shops für Sie analysiert und die Veränderungen seit 2015 dokumentiert.

01 Prozess
Wie sieht der durchschnittliche Bestellprozess aus?

ANZAHL PROZESS-SCHRITTE NEUKUNDENBESTELLUNG (inkl. Warenkorb bis Danke-Seite)



GASTBESTELLUNG



6 FAKTEN, DIE SIE BEIM SMALL-TALK EINSETZEN KÖNNEN

01 Anzahl Schritte im Bestellprozess
Der durchschnittliche Checkout Prozess hat 4,25 Schritte inkl. Warenkorb (Veränderung ggü. 2016: Reduktion um 0,55 Schritte). Der kürzeste hat 2 Schritte, der längste 8.

02 Feedback in der Prozessbeichte
Nur 41% (2016: 47; 0%) der Shops geben positives Feedback in der Prozessbeichte (z.B. „Rabatten" der bereits abgeschlossenen Schritte). Nur 12% (2016: +9%) setzen kons in der Leiste ein.

03 Gutschrine
50% (2016: 50%) der Shops bieten die Möglichkeit, Gutschrine im Warenkorb einzulösen. 66% (2016: 65%) dieser zeigen diese sehr prominent an.

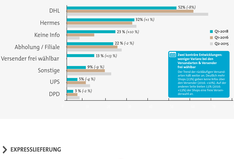
04 Tunneling
82% (2016: 70%) setzen Tunneling im Checkout ein. Es werden „ablenkende" Elemente wie z.B. die Navigation ausgeblendet, so dass der Nutzer stärker im Prozess gehalten wird.

05 Button-Benennung
Nur 42% (2016: 19%) benennen die Buttons sinnvoll in jedem Schritt. 17% (2016: 16%) tribewise und 40% (2016: 65%) verzichten komplett auf eine „sprechende" Benennung.

06 Fehlerzahl
Der durchschnittliche Checkout Prozess hat 11,2 Felder (2016: 14,21 und 10,2 Pflichtfelder (2016: 11,3) für den Prozess der Neuregistrierung.

02 Versand und Zahlaten
Welche Versender und Zahlarten stehen dem Nutzer zur Verfügung?

RANKING VERSANDARTEN (in Prozent)



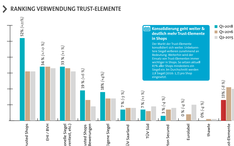
EXPRESSLIEFERUNG

RANKING ZAHLARTEN (in Prozent)

WEITERE DATEN RUND UM VERSAND UND ZAHLARTEN

03 Formulare
Welche Informationen gibt es über die Formulargestaltung?

FLAT-DESIGN VS. 3D-DESIGN



PLATZIERUNG DER LABELS IN FORMULAREN

WEITERE FAKTEN ÜBER FORMULARE

04 Einsatz von Trust-Elementen
Welche Trust-Elemente werden am häufigsten eingesetzt?

ANZAHL TRUST-ELEMENTE IM CHECKOUT

RANKING VERWENDUNG TRUST-ELEMENTE

WEITERE ZAHLEN RUND UM TRUST-ELEMENTE

Quelle: http://kkft.ly/ZZW

ANALYSIERTE SHOPS IM CHECKOUT-REPORT Q1.2018

abeboots.de	conrad.de/de/	hermes.com	mediamarkt.de	sportscheck.de	vitalmed.de		
adidas.de	cosmetic-discount.de	hermes-sale.com	mein-schuh.de	stylebop.com	vitalmed.de		
aeroflot.de	crocs.de	hermes-shop.com	mein-schuh.de	tchibo.de	vitalmed.de		
aeroflot.de	cyberport.de	hermes-shop.com	mein-schuh.de	tchibo.de	vitalmed.de		
airberlin.com	dabo.de	hermes-shop.com	mein-schuh.de	tchibo.de	vitalmed.de		
airberlin.com	dabo.de	hermes-shop.com	mein-schuh.de	tchibo.de	vitalmed.de		
alternate.de	dabo.de	hermes-shop.com	mein-schuh.de	tchibo.de	vitalmed.de		
alternate.de	dabo.de	hermes-shop.com	mein-schuh.de	tchibo.de	vitalmed.de		
amazon