



Check: Online-Shop

Haben Sie bereits einen Online-Shop oder dieser ist im Aufbau? Prüfen Sie mit unserem 10-Punkte-Plan, wie weit Sie in der Umsetzung oder Vorbereitung sind und ob noch Handlungsbedarf besteht. Der Erfolg hängt von mehreren Faktoren ab wie von der Wahl der richtigen Domain, des Shopsystems als technische Basis, vom Wissen über die Zielgruppe oder zu den Bedürfnissen, die Ihre Produkte erfüllen sollen. Das Wichtigste ist, die Erwartungen Ihrer Kunden voll und ganz zu erfüllen. Noch besser, sie zu übertreffen.

Machen Sie jetzt den Online-Shop-Check!

JA NEIN

1

Nutzen Sie vertrauenswürdige Elemente?

Ermöglichen Sie Ihren Shop-Besuchern ein positives Online-Einkaufserlebnis. So bleibt Ihre Marke in den Köpfen. Prüfen Sie, ob Sie an vertrauenswürdige Elemente wie eine „Über uns Seite“ gedacht haben und gut sichtbar Kontaktmöglichkeiten zur Verfügung stellen, wie z.B. eine Telefonnummer, ein Rückrufservice oder eine Chatfunktion. Achten Sie auf Möglichkeiten der Produkt- und Shopbewertungen. Verwenden Sie bereits renommierte Gütesiegel zum Vertrauensaufbau?

2

Ist Ihr Online-Shop kundenfreundlich gestaltet?

Das Erscheinungsbild (Design/Farben/Schriften) und die Benutzerführung in Ihrem Online-Shop müssen durchdacht sein. Findet sich Ihr Shopbesucher nicht sofort zurecht, verlässt er wahrscheinlich den Shop schon nach wenigen Sekunden. Ist Ihr Angebot leicht verständlich, nutzen Sie eine einfache Navigationsstruktur mit möglichst wenig Ebenen und kann Ihr Kunde während des Checkout-Prozesses innerhalb der einzelnen Bestellschritte wechseln? Nutzen Sie eine Suchfunktion an zentraler Position sowie Filtermöglichkeiten nach Hersteller, Marken und Produkteigenschaften? Alle Inhalte müssen gut lesbar sein - vor allem auf mobilen Endgeräten! Haben Sie im Footer die wichtigsten Seiten verlinkt?

3

Sind die Artikelseiten mit den wichtigsten Inhalten versehen?

Auf den Artikelseiten sollten hilfreiche, ansprechende Artikelbilder mit verschiedenen Perspektiven und Großansichten zu sehen sein. Wichtig sind Angaben wie eine Artikelbeschreibung, Artikeligenschaften (in tabellarischer Listendarstellung), Preise und Lieferzeiten. Vermeiden Sie Urheberrechtsverstöße bei der Verwendung von Bildern und Texten! Beachten Sie, dass Sie unbedingt den umgerechneten Preis je Mengeneinheit (Grundpreis) mit angeben müssen. Schlagen Sie Ihren Kunden ähnliche Artikel oder kombinierbare Artikel vor. Wenn Artikel ausverkauft sind, besteht die Möglichkeit den Kunden bei Wiederverfügbarkeit zu benachrichtigen?

4

Bieten Sie spannende Inhalte, Interaktionen oder was ganz Neues an?

Haben Sie neben Artikel- und Kategorienseiten auch Inhalte, die Ihren Kunden weiterhelfen, wie FAQ-Seiten, Erklärvideos, Konfiguratoren oder Live-Chats? Oder möchten Sie Ihre Webseitenbesucher mit ganz neuen Formaten wie Live-Shopping am Abend verblüffen? Natürlich dient der Shop in erster Linie dazu, Ihre Produkte zu verkaufen. Binden Sie Ihre Kunden jedoch langfristig an Ihre Marke, schaffen Sie Erlebnisse und Angebote, womit Ihr Shop und die Menschen dahinter im Gedächtnis bleiben, Kunden zurückkehren oder Empfehlungen aussprechen (durch Bewertungen, auf Social Media etc.). Lust auf mehr Ideen?

5

Ist der Checkout-Prozess für den Kaufabschluss optimiert?

Bei der seit Jahren geltenden Buttonlösung (eine vom deutschen Gesetzgeber 2012 geschaffene Regelung zur Erhöhung der Transparenz im Onlinehandel) müssen einige Dinge berücksichtigt werden, wie die korrekte Beschriftung. Hinzu kommen weitere Vorschriften, insbesondere zur Gestaltung des Bestellprozesses und der Checkout-Seite sowie zur Widerrufsbelehrung oder zu den AGB. Bieten Sie unterschiedliche Zahlungsoptionen (möglichst von unterschiedlichen Zahlungsanbietern) an? Bestellvorgang und Checkout-Prozess müssen für den Kunden unkompliziert und leicht verständlich sein!

JA NEIN

6

Nutzen Sie bezahlte Suchmaschinenwerbung (SEA)?

Schalten Sie bereits im Internet Werbung, um sich im Wettbewerbsumfeld zu positionieren und Ihr Angebot sichtbarer zu machen? Wer einen Online-Shop hat, kommt kaum drum herum. Bei SEA-Maßnahmen handelt es sich um bezahlte Werbung, um kurzfristig auf Suchergebnisseiten prominent angezeigt zu werden. Zielgruppe und Erreichbarkeit können genau definiert werden und Optimierungen oder Budgetanpassungen sind jederzeit möglich. Je nach Ziel und Wettbewerb braucht es hier einen sinnvollen Budgeteinsatz, um Abverkäufe generieren zu können. Haben Sie Ihre Zielgruppe genau definiert um Streuverluste zu vermeiden?

7

Ist Suchmaschinenoptimierung (SEO) ein Thema?

Bei SEO handelt es sich um kontinuierliche Optimierungs-Maßnahmen der Internetseiten (technisch/inhaltlich), die die Sichtbarkeit des Online-Shops in den unbezahlten Suchergebnisseiten langfristig erhöht und für Relevanz sorgt. Neben einer verständlichen/lesbaren Webseiten-Struktur für Kunden und Suchmaschinen, ist die Suchintension der Zielgruppe sehr wichtig. Wissen Sie, wonach Ihre Wunschkunden suchen? Kategorieseiten sollten z.B. auf Suchbegriffe (transaktionale Keywords) abgestimmt werden, die auf eine direkte Kaufabsicht hinweisen. Seitentitel und Meta Description sollten je URL textlich so optimiert sein, dass sie dem Interessenten in den Suchergebnissen einen Anreiz zum Klicken bieten. Schaffen Sie bereits wertvolle Zugriffe über diesen Weg?

8

Machen Sie auf Ihren Online-Shop ausreichend aufmerksam?

Erfährt Ihre Zielgruppe von Ihrem Online-Shop und Ihren Angeboten? Das funktioniert in der Regel über Social Media-Kanäle, Werbeanzeigen, Newsletter (hier gesetzliche Vorgaben beachten), beim Surfen/Informieren im Internet oder über lokal ausgespielte Informationen über die Google Suche und Google Maps, die Sie über Ihr Google My Business-Profil aktuell halten können. Verteilen Sie Ihre Inhalte parallel über verschiedene Kanäle, um Reichweite zu generieren. Sorgen Sie bereits mit den richtigen Inhalten und Informationen dafür, dass Ihre Wunschkunden Sie finden können?

9

Hat Ihr Online-Shop ein/e sofort erreichbare/s Impressum/ Datenschutzerklärung?

Jeder Online-Shop muss über ein Impressum (Anbieterkennzeichnung) verfügen, in der gesetzlich vorgegebene Informationen zu finden sind. Haben Sie eine vollständige Datenschutzerklärung die alle technischen Gegebenheiten Ihres Online-Shops berücksichtigt? In dieser müssen Sie Ihrer Transparenzpflicht nachkommen und die gesetzlich geforderten Informationspflichten erfüllen. Vielleicht interessant: Unsere Aufzeichnung [„E-Commerce - Rechtliche Schritte und Praxistipps beim Aufbau eines Online-Shops.“](#)

10

Ist Ihr Online-Shop rechtssicher aufgestellt und vor Abmahnungen geschützt ?

Ein Online-Shop muss rechtssicher gestaltet sein. Im Onlinehandel gelten die Regeln des Fernabsatzgesetzes. Sind alle Informationen zu Lieferzeiten, Preisangaben, Versandkosten, Zahlungsmöglichkeiten/-bedingungen, Rückgabe, Widerrufsrecht, Widerrufsformular, Widerrufsfristen auf der Seite aktuell und komplett vorhanden? Weisen Sie Ihre Kunden ausdrücklich auf die AGB hin? Sind die AGB permanent und mit einem Klick erreichbar? Haben Sie an eine sichere Verschlüsselung bei der Datenübertragung gedacht?

Überwiegt die Beantwortung der Fragen mit NEIN oder Fragezeichen?

Machen Sie mit uns den vollständigen Check. Wir prüfen, welche Details Sie an Ihrem Online-Shop noch korrigieren oder von Anfang an mit bedenken müssen.

Wichtige SEO-Hebel für Ihren Online-Shop: www.s-punkt-online.de/leser/wichtige-seo-hebel-fuer-ihren-online-shop.html
SEA oder SEO? Die Unterschiede einfach erklärt: www.s-punkt-online.de/leser/sea-oder-seo-die-unterschiede-einfach-erklart.html

Haben Sie Fragen?
Rufen Sie uns an!

**S PUNKT
ONLINE**