

MEHR VERKAUFEN MIT DATENOPTIMIERTER PRODUKTSUCHE IM ONLINE-SHOP

LEITFADEN FÜR DIGITAL COMMERCE
VERANTWORTLICHE





INHALT

- 8 Arten von Suchanfragen, die im Online-Verkauf eine Rolle spielen
- Die Rolle einer intelligenten Suchfunktion
- Die Rolle hochwertiger Produktdaten
- Produktsuche planen, Anforderungen analysieren

EINLEITUNG: PRODUKTSUCHE IM B2B COMMERCE

Die Produktsuche spielt die erste Geige im Orchester der Shop-Funktionen. Je komfortabler und leistungsfähiger sie ist, desto größer der Verkaufserfolg. Dabei spielt auch die Qualität der Produktdaten eine wichtige Rolle.

In diesem Whitepaper geben wir Ihnen einen Überblick über die wichtigsten Anforderungen an Suchfunktionen in B2B-Shops und zeigen, welchen Einfluss die Qualität Ihrer Produktdaten auf die Qualität Ihrer Produktsuche und damit auf die Zufriedenheit Ihrer Kunden hat.

PRODUKTSUCHE IM B2B E-COMMERCE: NOCH VIEL LUFT NACH OBEN

Studien zeigen eindeutig, welche Bedeutung die Suchfunktion im Shop für die Zufriedenheit der Käufer hat: Für fast 90 Prozent ist diese Funktion sehr wichtig¹.

Trotzdem gelingt es über 70% der Online-Händler nicht, den Erwartungen an die Einfachheit und Zuverlässigkeit der Produktsuche zu entsprechen¹.

Das hat laut Baymard Institute verschiedene Ursachen in der Suchfunktion²:

- **18%** liefern keine sinnvollen Ergebnisse, wenn Suchbegriffe falsch geschrieben werden.
- **70%** verarbeiten nur die Produkttypen und -bezeichnungen, die im Shop hinterlegt sind.
- **60%** unterstützen keine thematischen Suchanfragen wie "Daunenjacke" oder "Bürostuhl".
- **22%** unterstützen keine Suchanfragen nach Produktvarianten, wie z.B. Farbvariation.
- **84%** behandeln keine Anfragen, die Zusatzinformation, wie z.B. "billig" enthalten.
- **60%** unterstützen keine Sonderzeichen und Abkürzungen, wie z.B. „ für Zoll.

FAZIT:

Die Suchfunktionen in den meisten Online-Shops hinken den technologischen Möglichkeiten hinterher.

EINE INTUITIVE PRODUKTSUCHE ENTSCHEIDET ÜBER DEN VERKAUFSERFOLG

Viele Online-Händler haben das erkannt und legen bei der Konzeption ihres Online-Shops besonderen Wert auf eine intelligente Suchfunktion. Der Käufer soll in seinem "natürlichen" Suchverhalten unterstützt werden, statt ihm vorzuschreiben, wie er zu suchen hat oder wie es das System von ihm verlangt. Er soll ganz ohne Vorkenntnisse kaufen können, deshalb sollten selbst komplexe Suchfunktionen selbsterklärend und intuitiv sein.

WICHTIG: Eine intuitive Produktsuche muss den Vorlieben der Nutzer folgen und nicht umgekehrt.

