

DefShop Redesign: Online Usability at it's best

06.05.2010, 08:31 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *DefShop*



DefShop Logo

Der Hip Hop und Streetwear Online-Versand Def-Shop.com präsentiert sich in neuem Design und demonstriert beispielhaft, wie moderne Shop-Usability aussehen kann.

Auf der kompletten Seite wurden grundlegende Veränderungen vorgenommen um die Usability der Seite weiter zu steigern. Die Top-Navigation wurde als Element zur Wiedererkennung und für unerfahrene Internetnutzer beibehalten. Eine Topkategorien Box zum schnellen und bequemen Einstieg in die beliebtesten Kategorien, sowie eine einfacherer Newsletter Anmeldung sind in die Seitenelemente integriert worden. Am zentralsten Punkt des F-Shape Rasters des Benutzers wurde die Suchfunktion eingerichtet, um schneller auf spezielle Kundenwünsche eingehen zu können. Beim Design wurde sich für einen kleineren Header entschieden, um den neuen Navigationselementen mehr Platz einzuräumen. Daneben wurde die Aufmachung der zentralen Flashbanner grundlegend verändert. Diese sind nun schmaler, dafür aber aufwändiger produziert und im Mittel auch heller, um den nun dunkleren Header aufzufangen. Darunter wurden die beliebtesten Marken als Logos platziert. Die Logos sind in der Seitenfarbe blau eingefärbt um eine optische Kongruenz zu erzeugen. Dies dient neben dem Abschluss des Kopfteils der Seite vor allem als Navigationshilfe für die markenorientierten Käufer, da die Logos als Links zu den einzelnen Markenshops fungieren.

Es folgen die Tagesangebote, um die Seite für oft wiederkehrende Besucher attraktiv zu gestalten. Auch wurde an diejenigen Kunden gedacht, die den Kopfteil der Seite verlassen haben. Unter den Tagesangeboten folgt eine sogenannte Image-Leiste. Dabei handelt es sich um eine Navigation, in der die stärksten Kategorien durch ausgewählte und aufwändiger inszenierte Produktbilder unterstützt werden. Sollte ein Besucher bis hierhin noch nicht die Startseite verlassen und tiefer navigiert haben, lässt sich annehmen, dass dieser Kunde zunächst nur stöbern möchte. Um ihm diese Möglichkeit einzuräumen, folgt unter der Imagezeile eine Auswahl an Kauf Tipps. Diese setzen sich aus den aktuellsten Kollektionen und besonders preisgünstigen Produkten zusammen, um möglichst vielen Kundenwünsche zu berücksichtigen. Den Abschluss der Startseite bieten die Topseller unter den einzelnen Artikeln, unabhängig welcher Kategorie sie angehören. Darunter folgt der Footer mit allen geführten Marken, dem Impressum und einer weiteren Möglichkeit zur Newsletter-Anmeldung.

Beim verlassen der Startseite wird der Kunde in das Produktlisting überführt. Alle Rahmen und Sichtblockaden, wie Trennlinien, wurden entfernt. Die Produkte stehen nun frei. Das ermöglicht dem Kunden eine schnelle Übersicht über die Gesamtheit des Sortiments. Links wird ein Filter eingeblendet, der dem Kunden neben klassischen Filteroptionen wie Kategorie, oder Marke, nun auch die Möglichkeit gibt nach Größe, Farbe und einer bestimmten Preisspanne zu suchen. Dabei lassen sich alle Filteroptionen miteinander kombinieren. Sollte eine Marke, oder eine Kategorie bereits auf der Startseite angewählt worden sein, so wird diese Vorauswahl vom Filter übernommen. Diese Feature tragen besonders zur neuen Übersichtlichkeit und dem schnellen auffinden des passenden Produktes bei.

Ein Mouseover-Effekt über den einzelnen Artikeln löst zwei Aktionen des Shops aus. Der angewählte Artikel wird mit einem schwachen grauen Rahmen hinterlegt, um eine optische Zuweisung zu erleichtern. Das Bild wird daraufhin vergrößert. Dabei werden rechts oben alle verfügbaren Größen angezeigt. So kann der Kunde Produkte die nicht in seiner Größe vorhanden sind ohne lästigen Klick in die Artikeldetails ausschließen.

Zusätzlich zu diesen Vereinfachungen wird dem Kunden die Möglichkeit gegeben das Artikellisting in weiteren Punkten

anzupassen. Die Sortierung der gefilterten Ergebnisse ist nach klassischen Optionen wie Preis ab- oder aufsteigend, neueste Produkte zuerst, oder auch alphabetisch möglich. Daneben lässt sich die Anzahl der angezeigten Produkte pro Seite in 48er Schritten von 48 bis 192 Artikeln.

Die Artikeldetailseite wurde weitgehend beibehalten und nur die Abstände im Text wurden für die verschiedenen Sprachen angepasst. Als neues Element wurden Topseller der gewählten Marke hinzugefügt. Diese befinden sich nun unter der Kundenmeinungen Box.

Der Checkoutprozess wurde hingegen vollständig neu konzipiert. Dabei wurde besonderer Wert auf die Übersichtlichkeit und Einfachheit gelegt. Um weniger Kunden im Checkout zu verlieren wurde neben den klassischen Auswahlmöglichkeiten „Neukunde“ und „Login“ nun die Option „als Gast bestellen“ hinzugefügt. Diese Auswahl ermöglicht das Bestellen ohne Speicherung der persönlichen Daten. Dabei gehen für den Kunden aber Vorteile wie Reservierung des Einkaufskorbes über 14 Tage, oder „zuletzt angesehen“ nach verlassen der Seite verloren, während angemeldete Kunden von diesen Features Gebrauch machen können.

Hat sich der Kunde für eine der Auswahlmöglichkeiten entschieden, geht es direkt in den Bezahlvorgang. Dieser umfasst sowohl Auswahl der Lieferart, als auch einen Überblick über die Bestellung. Bereits auf dieser Seite wird der Bestellvorgang technisch abgeschlossen und es folgt nur noch der Quittungsbeleg und die Danksagung. Durch diese Verkürzung des Bestelltrichters wird ein sinken der Absprungrate erzeugt, während der Kunde nicht mit unnötigen Angaben und weiter klicken verunsichert wird. Selbstverständlich haben auch im neuen Design alle Elements of Trust ihren Platz gut sichtbar gefunden.

Mit allen diesen Optimierungen ist es Def-Shop.com gelungen wieder einen Spitzenplatz unter den Online Bekleidungshops einzunehmen. Als Beispiel dafür, dass modernes Design und Usability kein Widerspruch sind, sondern stets eine harmonische Einheit bilden.

Auch weiterhin arbeitet das DefShop Team an Optimierungen, um dem Kunden ein einfaches, sicheres und erfreuliches Einkaufserlebnis zu garantieren.

Portrait

Def-Shop.com ist der führende online Händler in Sachen Hip Hop und Streetwear. DefShop führt das größte Sortiment in diesem Bereich. Das Unternehmen sieht auf einen kurzen Weg von 3 Jahren zurück. Angefangen mit einem kleinen Ladengeschäft wurde der Schwerpunkt vor 2 Jahren auf das online Geschäft gerichtet.

News-ID: 425893 • Views: 89 (Stand: 26.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/425893/DefShop-Redesign-Online-Usability-at-its-best.html>