

Wie kann man den Checkout in Webshops optimieren?

12.06.2015, 11:31 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *ibi research an der Universität Regensburg GmbH*

Der Checkout-Prozess in Webshops hat einen wichtigen Stellenwert für Online-Händler. Sämtliche Marketingmaßnahmen haben keinen Nutzen, wenn ein Webshop-Besucher mit Kaufabsicht seine bereits in den Warenkorb gelegten Produkte schließlich doch nicht bestellt. Durch die Optimierung des Checkouts können die Abbruchquoten gesenkt und damit die Konversionsraten mit vergleichsweise geringem Aufwand gesteigert werden. Mit einer Befragung will ibi research an der Universität Regensburg nun ermitteln, wie der Checkout-Prozess bei Online-Händlern gestaltet ist und wie die Optimierung des Checkouts aussehen kann.

Ziel der Erhebung von ibi research an der Universität Regensburg ist die Ableitung von Erfolgsfaktoren für eine Senkung der Abbruchquote im Checkout. Im Fokus der Erhebung stehen die Prozessschritte im Checkout, nachdem der Kunde bereits ein oder mehrere Produkte in den Warenkorb gelegt hat und mit Bestellabsicht den Checkout-Prozess gestartet hat.

Händler profitieren durch die Teilnahme an der Umfrage, da durch die Befragung ein aktueller Überblick über mögliche Stellhebel zur Optimierung des eigenen Checkouts und deren Wirkung entsteht und verschiedene Prozessschritte verglichen werden können. Die Ergebnisse werden nach Abschluss der Auswertung selbstverständlich in anonymisierter Form und kostenlos zur Verfügung gestellt und können Online-Händlern dann unter anderem dazu dienen, Entscheidungen über den Einsatz von Zahlungsverfahren oder anderen Elementen des Checkouts zu fundieren.

Für die Umfrageteilnehmer besteht weiterhin die Möglichkeit an einem Gewinnspiel teilzunehmen, bei dem unter allen Teilnehmern zwei iPad Air von Apple und fünf Karten für einen der kommenden E-Commerce-Tage verlost werden.

Hier geht es zur Umfrage: www.ibi.de/checkout

Die Beantwortung unserer Fragen dauert ca. 15 bis 20 Minuten. Ihre Aussagen werden selbstverständlich vertraulich behandelt, an keine Dritten weiter gegeben und anonym ausgewertet.

Portrait

Über ibi research:

Seit 1993 bildet die ibi research an der Universität Regensburg GmbH eine Brücke zwischen Universität und Praxis. Das Institut forscht und berät zu Fragestellungen rund um das Thema "Digitalisierung der Finanzdienstleistungen und des Handels" (www.ibi.de).

ibi research arbeitet auf den Themenfeldern Internet- und Omnikanalvertrieb, Zahlungsverkehr und Zahlverfahren, E-Business und Multikanalhandel, IT-Strategien, Geschäftsprozess-Management und Architekturen, Sicherheits- und Risikomanagement sowie Governance. ibi research bietet dazu umfassende anwendungsorientierte Forschungs-, Beratungs- sowie Schulungsleistungen zur Umsetzung der Ergebnisse an.

ibi research ist Träger des eBusiness-Lotsen Ostbayern als Teil der Förderinitiative „eKompetenz-Netzwerk für Unternehmen“, die im Rahmen des Förderschwerpunkts „Mittelstand-Digital – IKT-Anwendungen in der Wirtschaft“ vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) gefördert wird und informiert zu den Themen E-Commerce und E-Finance.

Weitere Informationen: www.ibi.de

News-ID: 857566 • Views: 149 (Stand: 28.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/857566/Wie-kann-man-den-Checkout-in-Webshops-optimieren.html>