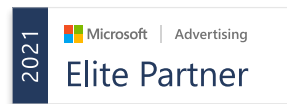




Die **TOP 8 Maßnahmen** zur **Webseitenoptimierung** für das vierte Quartal



Weihnachten, Black Friday und Singles Day: Optimal vorbereitet auf das stärkste Quartal des Jahres

Liebe Leserinnen und Leser,

nur noch wenige Wochen bis die ereignisreichste Zeit des Jahres beginnt. Um das Potenzial des umsatzstärksten Quartals zu nutzen, erhalten Sie in diesem Whitepaper durch die größten 8 Hebel und der exklusiven Q4-Checkliste wichtige Informationen und hilfreiche Tipps, damit Sie optimal vorbereitet sind.

Erfahren Sie:

- wie Sie sich optimal auf das Weihnachtsgeschäft und andere Top-Shoppingereignisse des Jahres vorbereiten
- welche Anpassungen Sie auf Ihrer Webseite vornehmen können, um Ihre Conversion Rate zu erhöhen
- wie Sie mithilfe von effektiven Pre und After-Black Friday Maßnahmen Ihre Kundenbindung erhöhen

Mit Hilfe dieses Whitepapers erhalten Sie exklusive Maßnahmen, durch die Sie sich ideal auf die bevorstehende Zeit vorbereiten können. Sollten Sie dennoch Fragen haben oder Hilfe bei der Optimierung Ihrer Webseiten benötigen, zögern Sie nicht uns anzusprechen.

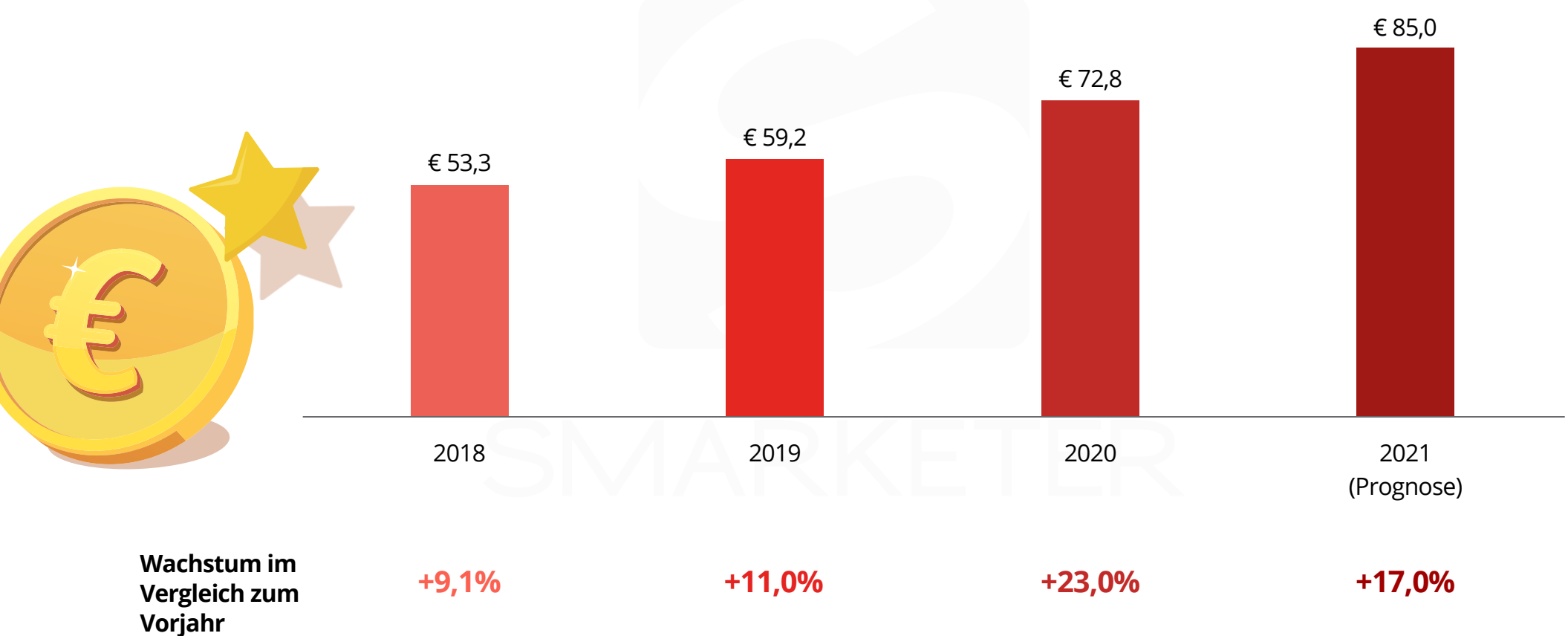
Wir wünschen Ihnen viel Erfolg und einen guten Jahresabschluss!

Ihr Smarketer Team



Dieses Jahr wird ein neuer **Online-Umsatzrekord** prognostiziert, deshalb ist es wichtig Vorkehrungen für eine optimale Webseitenkommunikation zu treffen.

Online Umsatz in Deutschland (in Mrd.)



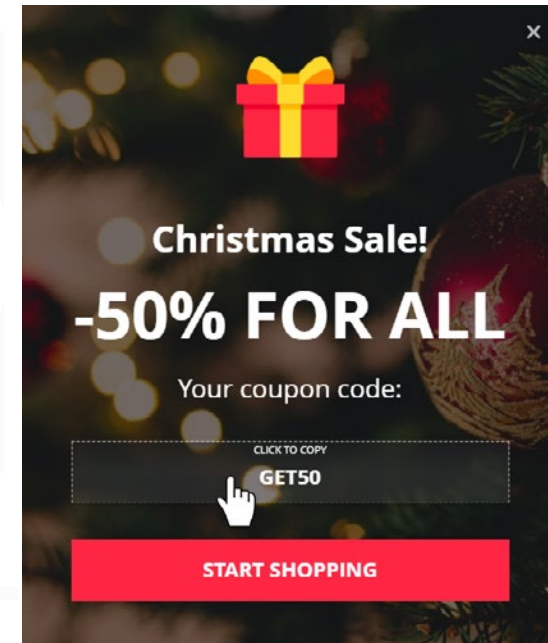
Quelle : HDE Online-Monitor 2021 - April 2021, numbers exclude VAT (Umsatzsteuer)

#1 Integration von Sticky Bars und Pop-Ups

Die Integration von Pop-Ups oder Sticky Bars ermöglicht es auf Ihre Black Friday Aktionen aufmerksam zu machen.

Blenden Sie Ihre Pop-Ups und Sticky Bars nur auf bestimmten bzw. vordefinierten Seiten an und nicht im Checkout, um den User nicht vom Bezahlvorgang abzulenken.

Durch die Möglichkeit den Rabattcode direkt in die Zwischenablage zu kopieren, erhöhen Sie die Benutzerfreundlichkeit und erleichtern dem User diese schnell anzuwenden.



www.apps.elfsight.com

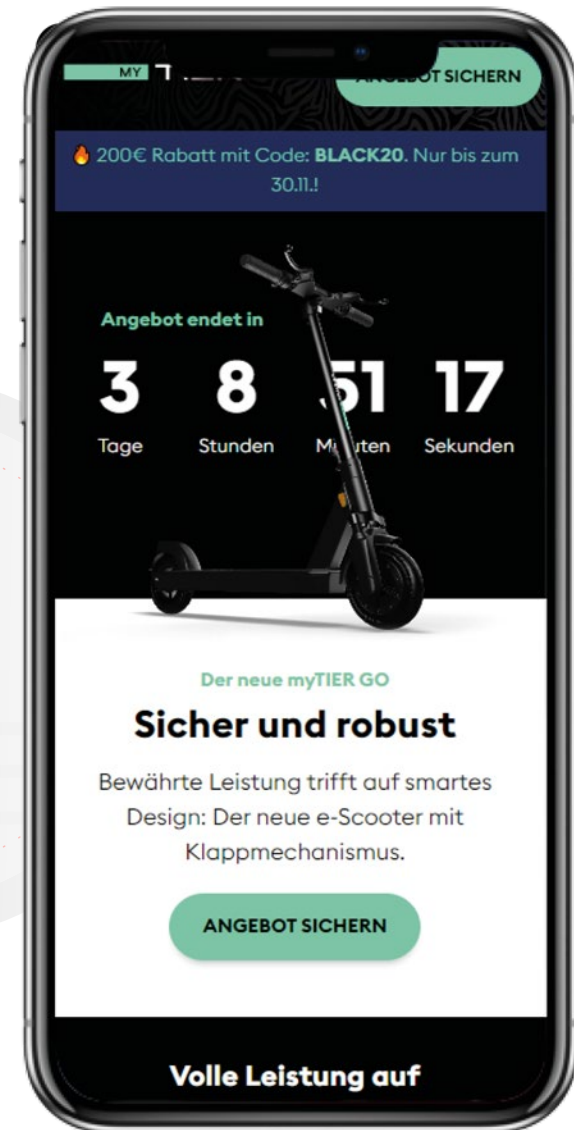


www.tylko.com

#2 Implementierung von Countdowns

Nutzen Sie das Prinzip der künstlichen Verknappung, indem Sie einen Countdown für Ihre Black Friday Angebote implementieren.

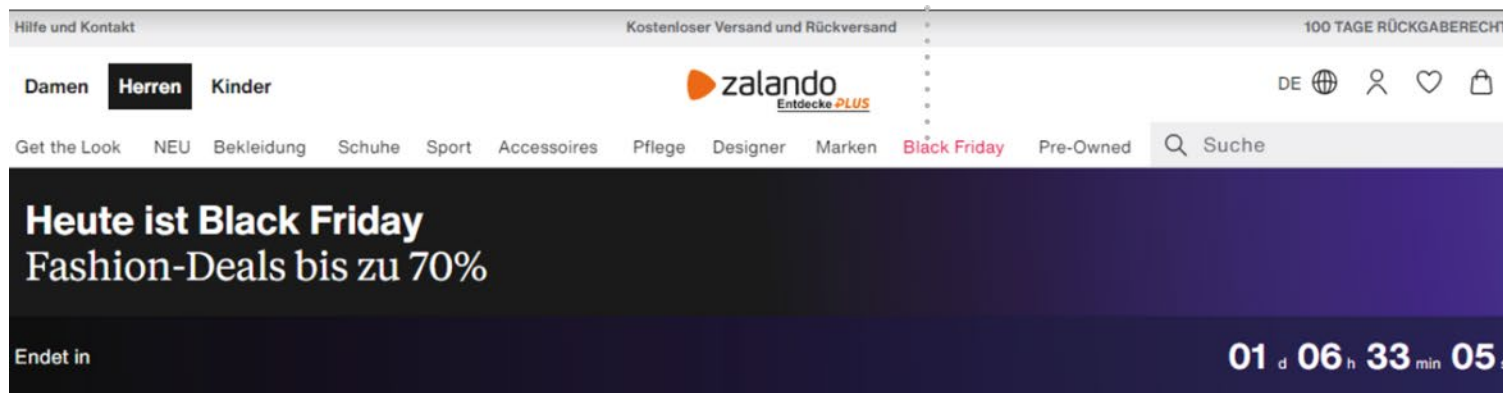
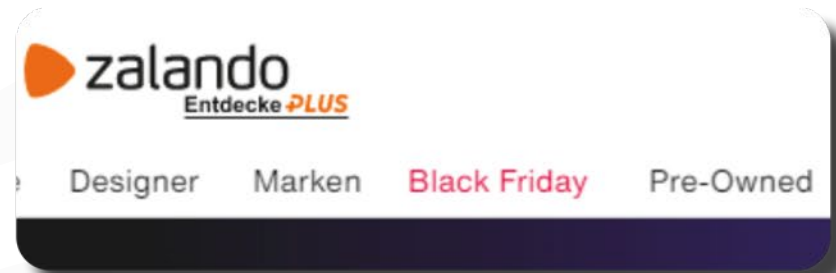
Anstelle der üblichen Angaben, zum Beispiel eines Produktbestands, sollten Sie eine zeitliche Knappheit aufzeigen. Diese zeitliche Limitierung, kann dann mit einem Rabatt Code kombiniert werden.



www.mytier.de

#3 Spezielle Menüpunkte in der Navigation einpflegen und hervorheben

Durch das Einfügen zusätzlicher Event-Menüpunkte kann die Orientierung geschärft werden und der Nutzer weiß intuitiv, wo er die Angebote oder Aktionen finden und anklicken kann.

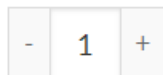


#4 Lieferzeiten und Bestand deutlich anzeigen

Um ein positives Kundenerlebnis zu erzeugen, sollte Ihre Logistik auf die erhöhte Black Friday-Nachfrage vorbereitet sein und somit schnelle Lieferzeiten sicherstellen.

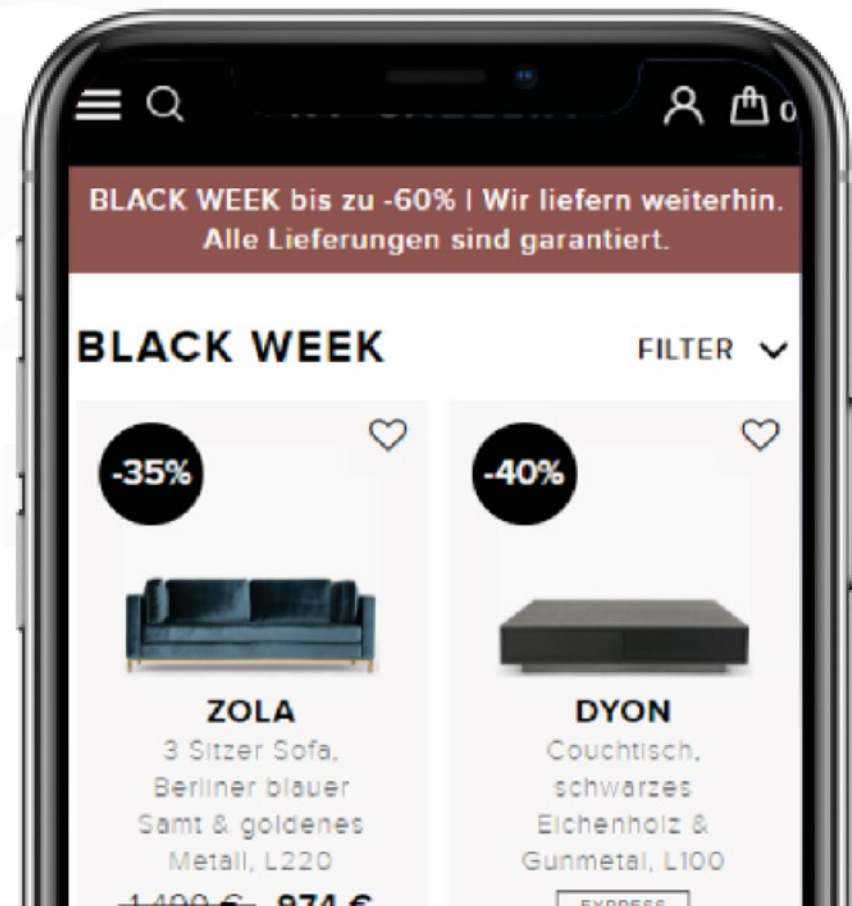
Eine klare Kommunikation der Versand- und Lieferoptionen schafft zudem Sicherheit für Ihre Kundschaft. Verlängerte Rückgabefristen bis Weihnachten können sich außerdem positiv auf die Kaufentscheidung auswirken.

Nur noch 5 vorrätig



IN DEN WARENKORB

www.miteckenundkanten.com



www.rngallery.com

#5 Pre & After-Black Friday Aktion – exklusive Rabatte!

Den „Pre-Black Friday Peak“ nutzen

Um auf Suchanfragen abzielende Angebote anzubieten, ist es lohnenswert diese vor dem eigentlichen Datum vorzubereiten, da bereits eine Woche vor Black Friday die Suchanfragen in die Höhe schnellen.

Nutzen Sie das komplette Potenzial von Pre & After-Black Friday Aktionen:

- keine Trafficabnahme nach Black Friday
- Sicherstellung das User wiederkommen durch Benachrichtigungen und Countdowns
- Newsletter mit exklusiven Angeboten versenden
- Nutzen Sie den geringen Wettbewerb, um auf Ihre eigentliche Black Friday Aktion aufmerksam zu machen oder beginnen Sie bereits eine Woche vorher mit Ihrem Aktionszeitraum

Interesse im zeitlichen Verlauf

Google Trends

● black friday



Deutschland. 01.11.20 bis 30.11.20. Websuche.

www.trends.google.de

#6 Spezielle Kategorien erstellen



Nutzen Sie auch die enorme Suchanfrage für Geschenkgutscheine schon Anfang November!

Bieten Sie flexible Gutscheingrößen an und stellen Sie sicher, dass die Bedingungen für eine Einlösung klar dargestellt werden.

Erleichtern Sie dem User die Suche und inspirieren Sie durch vorgefertigte Themen und Filterungen wie z.B.

- "Produkte unter 25€"
- "Geschenkgutscheine"
- "Dekoration für die Weihnachtstafel",

um die Kaufintention der Kundschaft zu treffen.

Achten Sie bei der Darstellung auf Folgendes:

- Platzierung im sichtbaren Bereich als extra Button
- Darstellung der Rabattierung als Produkt-Tag



www.backmarket.de

#7 Besondere Angebote

Lassen Sie sich das Potenzial von zeitlich exklusiven Tagesangeboten nicht entgehen:

Bundle Deals

- Erstellen Sie temporäre Angebote mit Neuen- oder Bestandsprodukten und inkludieren Sie einen Rabatt
- Sicherstellen, dass diese Angebote als solche deklariert sind z.B. durch Tags auf der Kategorieseite
- Knappheit schaffen durch begrenzte Stückzahl



Greifen Sie das Bewusstsein Ihrer Kundschaft für Nachhaltigkeit auf:

Green Friday

- Angebot von klimaneutralen Versand
- Unterstützung von gemeinnützigen Aktionen
- Baumpflanzung pro Bestellung

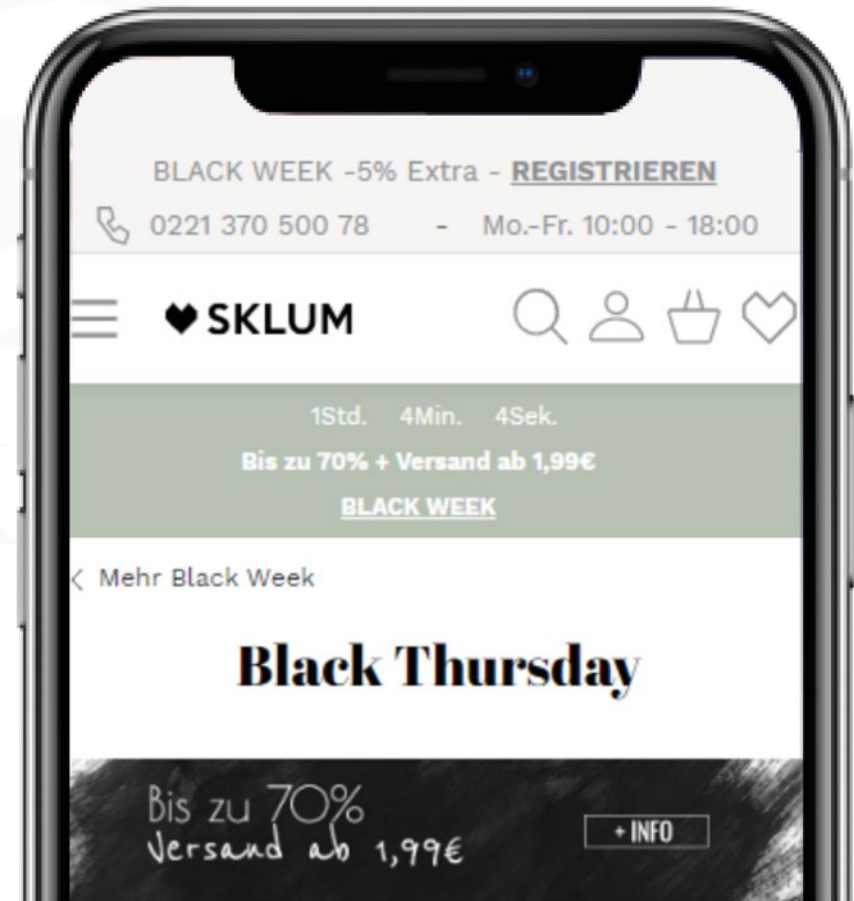


#8 Klare Kommunikation

Eine durchgehende Kommunikation ist ein wichtiges Bewertungskriterium aus Kundensicht.

Beachten Sie daher:

- Gewährleistung einer durchgängigen Preiskommunikation von Startseite bis Checkout
- Sicherstellung einer einheitlichen visuellen und textlichen Wiedererkennung
- Aufzeigen der bevorzugten Bezahlmethoden, Liefermöglichkeit und Lagerbeständen



Black Friday Checkliste

Stickybar

- Code anlegen im Datalayer
- Code kopierbar machen im Banner
- ggf. zeitlich im Backend limitieren
- Gibt es besondere Anwendungskriterien (Mind. Einkaufswert)
- Automatische Ausblendung nach Aktionsende
- Tracking einrichten (z.B. Klick Event)

Countdown

- Glaubwürdigkeit des Countdowns sicherstellen
- Einfache & gut lesbare Darstellung für alle Endgeräte
- Code zeitlich limitieren für eine Einlösung

Menüpunkte

- Prominente Platzierung in der Navigation
- Visuell hervorstellen
- Kategorieseite mit klarer Headline und passenden Headerbild
- Produkt-Tags einfügen

Lieferzeit

- Realistische Lieferzeiten angeben
- Positive Darstellung z.B. grüne Schrift
- Durchgängiges aufzeigen auf allen Schritten im Checkout

Pre- After Black Friday Aktionen

- Pre- Newsletter vorbereiten mit Insights und Sneakpeaks
- Niedrigere Rabatte anbieten
- Erste visuelle Banner und Bilder bereitstellen

Kategorien

- Produktgliederung vornehmen
- Filterung hinterlegen im Product Management Tool
- ggf. Plugin herunterladen für Produkt-Tags
- Gutscheinbedingungen hinterlegen (Einlösbar bis...)

Besondere Angebote

- Topseller mit anderen Produkten zusammenstellen
- Glaubwürdigkeit des Countdown sicherstellen (Falls vorhanden)
- Klare Beweisgrundlage schaffen für gemeinnützige Aktionen

Kommunikation

- Angebot von Chat oder Rückrufservice
- Authentische Darstellung der Kontaktinformationen
- Interne Kundenservice Struktur sensibilisiert
- Falls notwendig FAQs anbieten im Checkout

E-Commerce Whitepaper: Weihnachten und Black Friday

Endspurt 2021 - so bereiten Sie sich auf das stärkste Quartal des Jahres vor

Das erwartet Sie im Whitepaper:

- Praktische Empfehlungen zu Verbrauchertrends im Onlineshopping 2021
- Prognosen zur Entwicklung verschiedener Branchen
- Wie Sie Ihre Nutzer für das Weihnachtsgeschäft und Black Friday erreichen
- Neues E-Commerce Event: Insights zum Singles Day für Verkäufer
- So kombinieren Sie stationären Handel mit E-Commerce im SEA
- Tipps für Ihre SEA Strategie mit Google Ads und Microsoft Advertising



Jetzt kostenlos downloaden

Kontakt



Christopher Jakobus
Head of Sales

Wir freuen uns auf Sie,

Ihr Christopher Jakobus

Tel.: +49 (0)30 96 53 66 56 96

E-Mail: info@smarketer.de

Web: www.smarketer.de

Alte Jakobstraße 83/84

10179 Berlin

[Persönlichen Beratungstermin buchen](#)



SMARKETER

www.smarketer.de