

Mehr Kaufabschlüsse über die Suchfunktion im Webshop



In diesem Whitepaper erfahren Sie,
warum die Suchfunktion in Ihrem Webshop das wichtigste Instrument ist,
um mehr Interessierte in Kundinnen und Kunden zu verwandeln

Inhaltsverzeichnis

- 01** **Über uns**
Wir sind Ihre Experten für intelligente Suchtechnologie
- 02** **Das wichtigste Tool im Webshop? Die Suche!**
Nur eine gute Shopsuche kann die Conversion Rate langfristig steigern
- 03** **Verschenktes Umsatzpotential**
Wer die Wichtigkeit der Shopsuche unterschätzt, verliert Kunden
- 04** **Mehr Besuche in Käufe verwandeln**
Die Shopsuche als wichtigstes Tool zur Steigerung der Conversion Rate
- 05** **Mit Einblick zu messbarem Erfolg**
Durch Analysen die volle Kontrolle über die Suchfunktion
- 06** **Anwendungsbeispiele**
Herausforderung meistern, individuelle Suchlösung finden!

Für wen ist dieses Whitepaper relevant?

Unternehmen,

- ... die über Webshops Umsatz generieren
- ... die ein großes Produktsortiment haben und dieses online vertreiben
- ... die mehr Einblick in das Suchverhalten ihrer Besucher*innen gewinnen wollen

ÜBER UNS

Wir sind Ihre Experten für intelligente Suchtechnologie



Markus Baumgärtner & Dr. Oxana Lapteva, Co-Founder droxIT GmbH

Wir freuen uns, dass Sie an diesem Whitepaper und dem Thema Suchfunktion im Webshop interessiert sind.

Bevor es inhaltlich losgeht, möchten wir uns kurz vorstellen:

Hinter der droxIT GmbH steht ein Team aus neun Expertinnen und Experten für intelligente Suchtechnologie. Unser Ziel ist es, Unternehmen, die im eCommerce tätig sind, dabei zu unterstützen mit einer verbesserten Webshop-Suche noch erfolgreicher zu sein. Seit 2016 konnten bereits über 90 Unternehmen von unserer individuellen Beratung und zielgenauen Optimierung ihrer Suchfunktionen profitieren.

Das wichtigste Tool im Webshop? Die Suche!

Nur eine gute Shopsuche kann die Conversion Rate langfristig steigern

Der Online-Handel boomt. Schon 2020 stieg der erwirtschaftete Umsatz um unglaubliche 23%¹. Die Prognosen für 2021 gehen von einem weiteren Plus von 20% aus². Das macht deutlich: **gekauft wird online.**

Wer im Online-Geschäft dauerhaft erfolgreich sein will, muss konkurrenzfähig bleiben. Deshalb setzen Unternehmen für einen Wettbewerbsvorteil auf teure Werbemaßnahmen, umfassende Con-

tent-Strategien oder aufwändige Designoptimierungen. Trotzdem wird das Umsatzpotential vieler Webshops nicht ausgeschöpft.

Die Umsatzsteigerung über höhere Besucherzahlen stößt früher oder später an seine Grenzen. Wachstum ist dann nur über die Steigerung der Conversion Rate möglich. **Das powervollste Instrument um mehr Besuche in Kaufabschlüsse zu verwandeln ist im Webshop ganz klar die Suchfunktion.**

Wichtigstes auf einen Blick

43% aller Webshop-Besuche starten mit einer Eingabe in die Suchleiste³

Zu **14%** tragen Kunden, die die Suche nutzen zum Gesamtumsatz bei⁴

Eine gute Suchfunktion ist **1.8X** effektiver bei einer Kaufentscheidung⁵



Verschenktes Umsatzpotential

Wer die Wichtigkeit der Shopsuche unterschätzt, verliert Kundschaft

Für Online-Shopper ist es wichtig, gewünschte Produkte schnell und unkompliziert zu finden. Dabei spielt es keine Rolle, ob Angebote verglichen oder gezielt nach Artikeln gesucht wird. Der schnellste Weg geht über die Suchleiste. Deshalb starten 43% aller Webshop-Besuche mit einer Suchanfrage⁶. Damit ist klar, **die Qualität der Suchfunktion eines Webshops beeinflusst die Kaufentscheidung von Interessenten.**

Geringer Suchkomfort, unübersichtliche Trefferlisten oder schlechte Suchergebnisse sind für BesucherInnen und Besucher frustrierend. **„Leider kein Ergebnis“-Meldungen sind unverzeihlich.** Das Ergebnis: Potentielle Kundinnen und Kunden springen ab, besuchen komfortablere Webseiten und es kommt nicht zum Kaufabschluss.

Aus Kundensicht wird das besonders deutlich :

Gelangt eine interessierte Person auf einen Webshop, möchte sie sich nicht durch unzählige Produktseiten navigieren, sondern nutzt die Suchleiste. Wenige Sekunden entscheiden, ob die Person bleibt oder geht. Liefert die Suchanfrage schnell den passenden Treffer, ist die suchende Person zufrieden. Doch was passiert, wenn unlogische Ergebnisse, die nicht zur Suchanfrage passen oder noch schlimmer gar kein Treffer angezeigt werden? Die Person wird den Shop verlassen und sich bei der Konkurrenz umsehen.



Das Beispiel zeigt, dass eine schlechte Shopsuche ein Grund dafür ist, dass Besucherinnen und Besucher den Webshop verlassen und es nicht zum Kaufabschluss kommt. **Nur wenn die Performanz der Suchfunktion gut ist und durch Schnelligkeit und Komfort besticht, wird die Kaufbereitschaft eines Webshop-Besuchenden positiv beeinflusst.** Wer im Umkehrschluss als Unternehmen die Qualität der Suchfunktion vernachlässigt, wird langfristig nicht konkurrenzfähig sein und wertvolles Umsatzpotential verschenken.

Mehr Besuche in Käufe verwandeln

Die Shopsuche als wichtigstes Tool zur Conversion Rate-Steigerung

Während viele Unternehmen Maßnahmen ergreifen, um die externe Auffindbarkeit des Webshops im Internet zu erhöhen, wird die interne Durchsuchbarkeit des Produktangebots häufig vernachlässigt. Nur ein Fünftel aller Unternehmen verbessert und misst die Qualität der Shopsuche⁷. Dabei ist es so simpel wie einleuchtend:

Nur wenn Interessenten das gesuchte Produkt im Online-Shop finden, werden sie auch kaufen!

Wichtig ist, dass Besucherinnen und Besucher nicht nur auf den Webshop gelockt, sondern auch bei der Produktsuche unterstützt werden. Fast die Hälfte aller Online-Shopper nutzt die Suchleiste, um ein Produkt im Shop zu finden. Folglich ist es essenziell, dass die Suchanfrage erfolgreich ist und schnellstmöglich zum gewünschten Artikel führt. **Je kürzer der Weg zum Wunschprodukt, desto höher die Wahrscheinlichkeit für einen erfolgreichen Kaufabschluss.** Damit ist die Suchfunktion im Webshop das wichtigste Tool, um die Conversion Rate zu steigern.

Um den Bedürfnissen der Kundinnen und Kunden gerecht zu werden, muss die shopinterne Suchfunktion ein ausgezeichnetes Nutzungserlebnis bieten. Eine gute Shopsuche unterstützt schon bei der Eingabe durch eine **automatische Vervollständigung von Begriffen**. Im Idealfall sollten zwei bis drei Zeichen ausreichen, um passende Suchvorschläge anzubieten.

Suchenden sollte immer ein passendes Ergebnis vorgeschlagen werden, auch wenn unterschiedliche Schreibweisen verwendet oder sich Tippfehler eingeschlichen haben.

Ebenso wichtig ist die **Sortierung der Ergebnisse nach Relevanz**. Zudem sollten wichtige Produktinformationen zu einem Suchergebnis angezeigt werden. **Artikel- oder Beispielbilder dienen der Orientierung**. Kurzbeschreibungen oder Labels zu Kategorien, Angeboten oder Preisen helfen zusätzlich bei der Strukturierung.



Rund 60% der Besucherinnen und Besucher springen sofort ab, wenn die erste Suchanfrage erfolglos ist.

Mit Einblick zu messbarem Erfolg

Durch Analysen die volle Kontrolle über die Suchfunktion



Eine gute Shopsuche erhöht nicht nur den Suchkomfort für Kundinnen und Kunden, sondern eröffnet auch Webshop-Betreibenden neue Handlungsmöglichkeiten. Sie sollte wichtige Insights geben, um die Performance der Suchfunktion zielgerichtet und bedarfsgerecht anzupassen. Das Nutzungsverhalten von Besucherinnen und Besuchern kann über Dashboards analysiert und

ausgewertet werden. Detaillierte Analysen geben Aufschluss über häufig verwendete Suchbegriffe, die meist geklickten Ergebnisse und Suchanfragen ohne Treffer. Die **Statistiken übersetzen die Sprache der Kundschaft und bilden die Grundlage für gezielte Verbesserungen der Suchqualität**. Zudem können Trends erkannt und Kundenwünsche sofort bedient werden.

Conversionboost durch Shopsuche

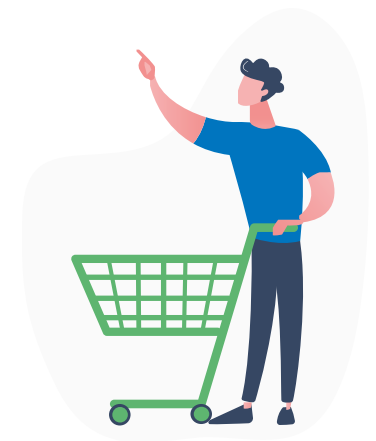
Die shopinterne Suchfunktion muss höchste Qualität bei jeder Suchanfrage bieten und passgenaue Ergebnisse garantieren. Finden Besucherinnen und Besucher über die Webshop-Suche zügig das gewünschte Produkt, führt das zu einem positiven Nutzungserlebnis und schließlich zu hoher Kaufbereitschaft und nachhaltiger Kundenbindung. **Eine optimierte Shopsuche kann die Abschlussquote um 30% steigern, weil Interessenten nicht abspringen, sondern direkt und intuitiv zum Wunschprodukt geführt werden.** Schnelligkeit und Komfort bei der Produktsuche sind im Online-Handel der Schlüssel zu höheren Conversion Rates und das Rezept, um dauerhaft konkurrenzfähig zu bleiben.

Anwendungsbeispiele

Vorinstallierte Shopsuche

Vorinstallierte Suchen im Shopsystem haben meist keine gute Ergebnisqualität, führen häufig zu Null-Treffern und lassen sich kaum an individuelle Anforderungen anpassen.

Durch die Integration einer intelligenten Suchfunktion mit automatischer Rechtschreibkorrektur und Synonym-Erkennung, gehören fortan „Leider kein Ergebnis“-Meldungen der Vergangenheit an. Jede Suchanfrage führt zuverlässig zum Wunschprodukt.



Artikelnummern



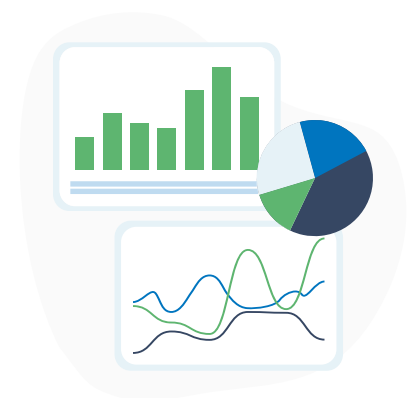
Besonders in B2B-Shops suchen Kundinnen und Kunden häufig über Artikelnummern. Da sich jedoch die Struktur von Produktnummern unterscheidet, können die meisten Suchfunktionen variierende Anfragen nicht verarbeiten. Teilnummern führen zu keinem Ergebnis, ebenso wie vergessene Bindestriche.

Suchfunktionen in B2B-Shops müssen für eine gute Performanz spezielle Anforderungen erfüllen. Bei intelligenten Suchfunktionen kann der Suchalgorithmus konfiguriert und Regeln hinterlegt werden. So werden auch komplexe Anfragen problemlos verarbeitet.

Fehlende Einblicke

Herkömmliche Analyse-Tools bieten keine Möglichkeit, um das Suchverhalten von Webshop-Besuchenden auszuwerten. Dabei geben solche Auswertung wertvolle Einblicke in das Nutzungsverhalten und die Zufriedenheit von Kundinnen und Kunden.

Mithilfe eines integrierbaren Analyse-Dashboards können alle Suchanfragen ausgewertet werden. Aus der Analyse können Trends und Kundenwünsche abgeleitet werden. Die Statistik schafft Fakten über das Nutzungsverhalten und ermöglicht, die Suchfunktion gezielt zu verbessern.





Sie wollen wissen, wie viel Potential in Ihrer Suche steckt?

Um Verbesserungsmöglichkeiten beurteilen zu können, muss die bestehende Suchfunktion intensiv geprüft werden. Dabei sollte nicht nur die Performanz im Webshop, sondern auch die zugrundeliegende Datenbank und Datenstruktur betrachtet werden.

Oftmals ist es nicht notwendig, die bestehende Suchfunktion komplett zu ersetzen.

Gezielte Konfigurationen, aber auch ergänzende Integration von Komponenten kann die Such- und Ergebnisqualität erheblich verbessern.

Daher entwickeln wir für unsere Kundinnen und Kunden und für jeden Anwendungsfall individuelle Lösungskonzepte. Funktionalität, Qualität und Zufriedenheit sind dabei unsere höchste Priorität.

Wenn Sie möchten, finden wir auch für Sie die passende Lösung, damit Sie das volle Potential Ihrer Suchfunktion ausschöpfen können!

Gerne beraten wir Sie unverbindlich in einem ersten kostenfreien Strategiegeläch.

[JETZT TERMIN BUCHEN](#)

