

CONVERSION OPTIMIERUNG

Warenkorbabbruch E-Mails



Landsiedel

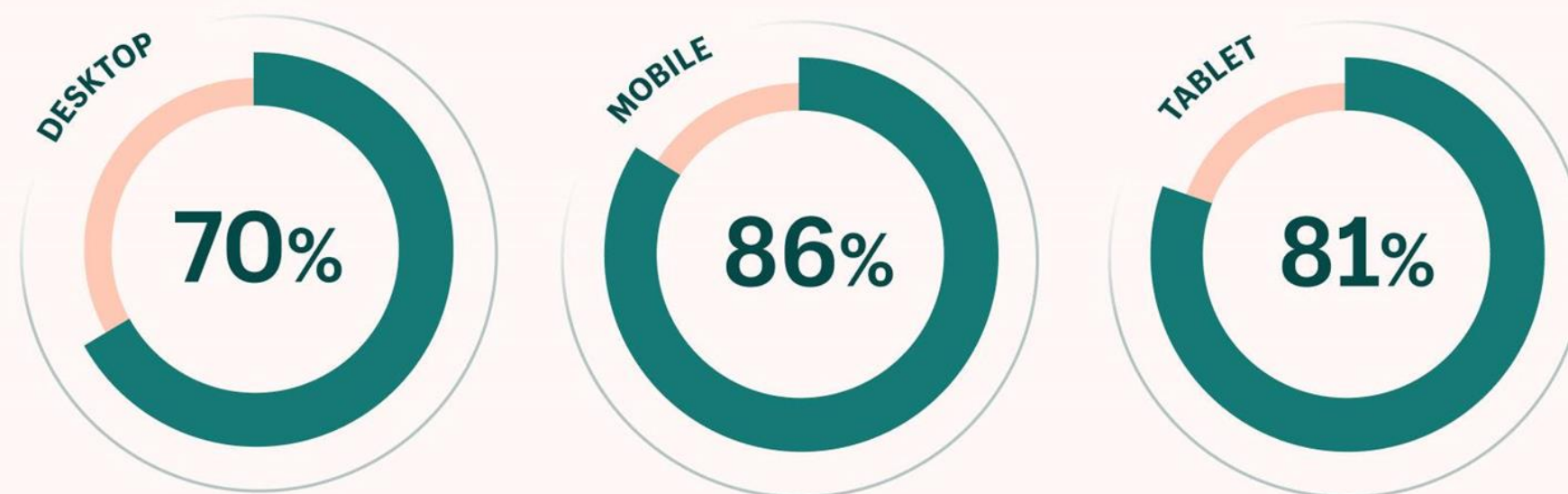
0

Warenkorbabbruch E-Mails
Einführung

Warenkorbabbruch E-Mails

Einführung

Average cart abandonment rate



Source: Baymard Institute

- Durchschnittliche Warenkorbabbrüche je nach Gerät
- Auf Desktop wenigste Warenkorbabbrüche
- Auf Mobile gibt es die meisten Warenkorbabbrüche

Warenkorbabbruch E-Mails

Einführung

Abandoned cart emails reduce cart abandonment and increases sales



-6.5%

Decrease in cart abandonment



+20%

Increase online sales

Source: Motcoms 2019

- Warenkorbabbruch E-Mails verringern die Rate von Warenkorbabbrüchen
- Bis zu 6,5% Verringerung
- Bis zu 20% Steigerung der Verkäufe

Warenkorbabbruch E-Mails

Einführung



Quelle: <https://financesonline.com/uploads/2022/01/Shopping-Cart-Abandonment-Statistics-4-1024x625.jpg>

- Statistik aus 2021
- Effektivität von Warenkorbabbruch E-Mails
- Bis zu 63% Öffnungsrate
- Generiert direkten Umsatz
- In der Umsetzung relativ günstig
- ...

1

Warenkorbabbruch E-Mails
Was ist ein Warenkorbabbruch

Warenkorbabbruch E-Mails

Was ist ein Warenkorbabbruch



Ein Warenkorbabbruch tritt auf, wenn ein Kunde Produkte in den Warenkorb legt, aber den Kaufprozess nicht abschließt. Dies kann aus verschiedenen Gründen geschehen, wie Ablenkung, Unsicherheit, hohe Versandkosten, usw.

Warenkorbabbruch E-Mails

Was ist ein Warenkorbabbruch



Warenkorbabbruch E-Mails

Was ist ein Warenkorbabbruch

- Warenkorbabbrüche werden im E-Commerce nur ungern gesehen
- Bedeutet, dass Umsatz “verloren” geht bzw. nicht generiert wird
- Führt auch dazu, dass beim Marketing Werbebudget verschwendet wird
- Es kann verschiedene Gründe für einen Warenkorbabbruch geben
- Einige dieser Gründe sehen wir uns nun an

2

Warenkorbabbruch E-Mails

Gründe für einen Warenkorbabbruch

Hohe Versandkosten

Etwa 44% aller Online-Käufer hat bereits mal einen Kauf abgebrochen, weil die Versandkosten zu hoch waren. Damit sind "hohe Versandkosten" der stärkste Grund für einen Warenkorbabbruch.

A large, solid orange shape that curves from the bottom right corner towards the center of the slide, resembling a quarter-circle or a stylized 'C' shape.

01

Versandkosten nicht erwähnt

Wieder bei Versandkosten: Nicht nur hohe Versandkosten können Käufer abschrecken, sondern auch Versandkosten die versteckt sind und erst am Ende des Checkouts angezeigt werden. Viele potenzielle Käufer fühlen sich dadurch auf den Arm genommen und brechen aus diesem Grund ihren Kauf ab. (22% aller Online-Käufer)

03

Nicht jeder möchte ein Kundenkonto auf deinem Webshop. Etwa 14% der Online-Käufer haben bereits schon mal einen Kauf abgebrochen, da sie nicht als Gast bestellen konnten.

**Kein Checkout
für Gäste**

41% der Online-Käufer haben bereits schon mal einen Kauf abgebrochen, weil sie sich unsicher waren. Das kann daher kommen, dass die Produktseite nicht detailliert genug ist oder weil die Webseite insgesamt nicht seriös aussieht.

Verunsicherung

Abfrage zu vieler Informationen

Ein echter Warenkorb-Killer ist die Aufforderung zur Eingabe zu vieler Informationen. Viele Nutzer möchte ihre Telefonnummer nicht preisgeben wenn dies im Checkout-Prozess gefordert wird und brechen den Kauf ab. (12% aller Online-Käufer brachen daher schon mal einen Kauf ab.)

Komplexer Checkout

Auch ein zu langer oder zu komplexer Checkout führt dazu, dass Online-Käufer den Kauf abbrechen. (11% aller Online-Käufer brachen daher schon mal einen Kauf ab.)

Warenkorbabbruch E-Mails

Gründe für einen Warenkorbabbruch

- Weitere Gründe könnten sein:
 - Zu hohe Produktkosten
 - Produkt wird im Warenkorb “gelagert” und erst in der Zukunft gekauft
 - Zu lange Ladezeiten
 - Steuer wird im Checkout zusätzlich berechnet
 - Nicht genug Zahlungsoptionen
 - Langsame Lieferzeiten

3

Warenkorbabbruch E-Mails Lösung für Warenkorbabbrüche

Warenkorbabbruch E-Mails

Lösung für Warenkorbabbrüche



Die Lösung für Warenkorbabbrecher sind:
Warenkorbabbruch E-Mails.
Wenn ein Kunde seinen Kauf nicht abschließt wird
eine E-Mail an den Kunden gesendet, die ihn
auffordert zurück zu kommen und den Kauf doch
abzuschließen.

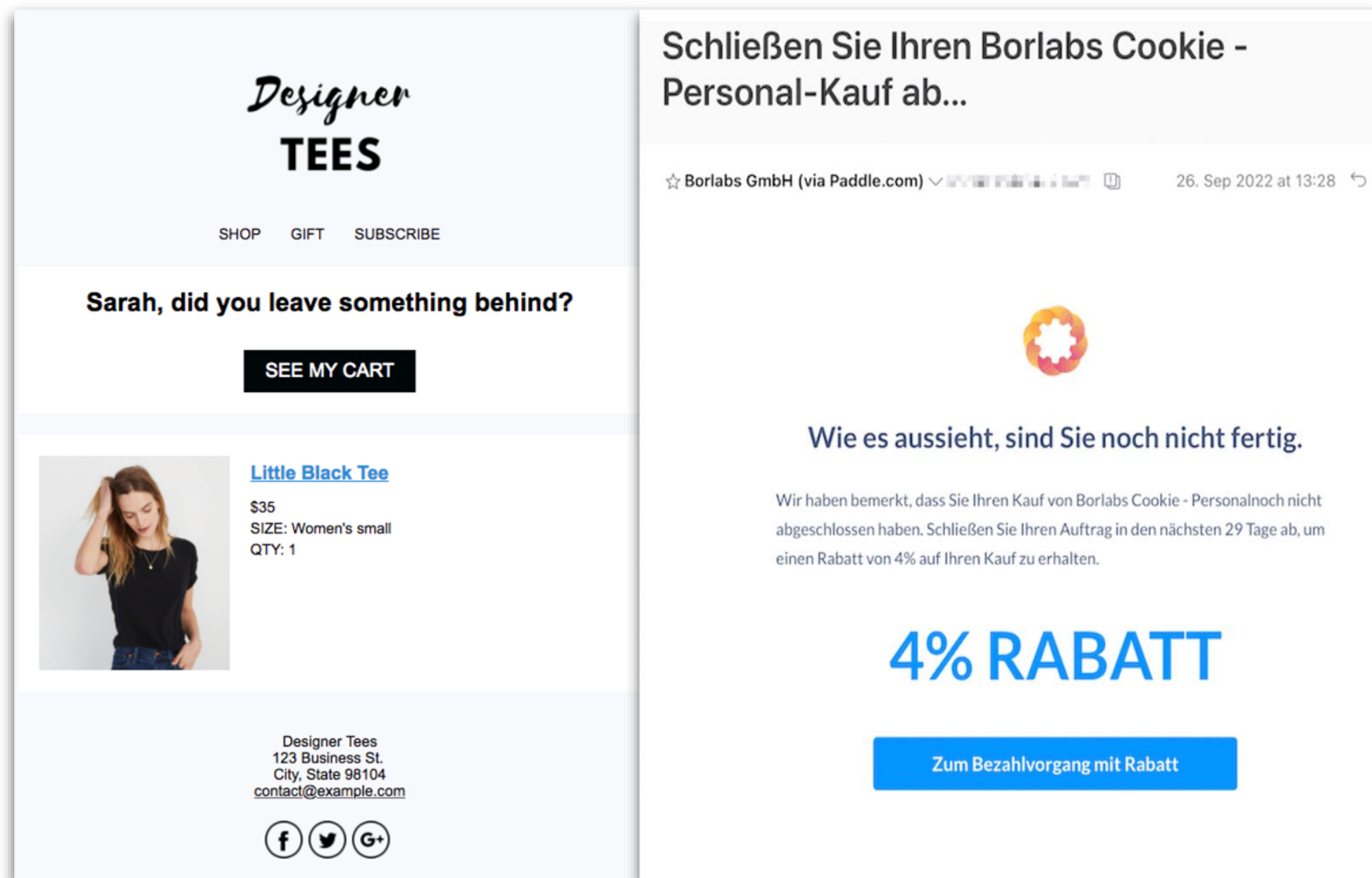
Warenkorbabbruch E-Mails

Lösung für Warenkorbabbrüche

- Viele verschiedene Ansätze bei Warenkorbabbruch-E-mails
- Man kann die E-Mails einfach nur als “Erinnerung” an den Kunden schicken
- oder auch mit einem Rabatt-Code versehen um es dem Kunden schmackhafter zu machen
- Im Durchschnitt werden über 60% der Warenkorbabbruch E-Mails geöffnet
- Damit sind sie sehr effektiv

Warenkorbabbruch E-Mails

Lösung für Warenkorbabbrüche



- Beispiele von Warenkorbabbruch E-Mails
- Versuchen den Kunden zu bringen
- Oftmals z.B. mit Rabatten

4

Warenkorbabbruch E-Mails Voraussetzungen

Warenkorbabbruch E-Mails

Voraussetzungen

01

Damit du überhaupt die E-Mails versenden kannst, brauchst du erstmal die E-Mail-Adressen der Kunden und die Erlaubnis dafür, dass du ihnen solche E-Mails schicken darfst.

E-Mail-Adressen

02

In der Regel verschickt man solche E-Mails nicht manuell, da es viel zu zeitaufwändig wäre, daher brauchen wir eine spezielle Software um die E-Mails automatisch an die richtigen Personen versenden zu können.

Tool

03

Damit das Ganze überhaupt funktionieren kann, muss der Warenkorb die Funktion haben gespeichert werden zu können. Einige Systeme haben das bereits vor-implementiert, aber bei anderen muss das zusätzlich hinzu programmiert werden.

Warenkorb

Warenkorbabbruch E-Mails

Voraussetzungen - E-Mail-Adressen

- In Deutschland wird Erlaubnis des Kunden für Werbezweck-E-Mails vorausgesetzt
- Leider fallen Warenkorbabbruch E-Mails ebenfalls in diese Kategorie
- Daher auch hier Erlaubnis des Kunden dafür notwendig
- Hierzu muss der Kunde entweder Werbezwecke über ein Double-Opt-In zugelassen haben
- oder Bestandskunde bei dir sein (, allerdings gibt es hier ebenfalls weitere Voraussetzungen)

Warenkorbabbruch E-Mails

Voraussetzungen - E-Mail-Adressen

- An Bestandskunden darf man nur Warenkorbabbruch E-Mails schicken, wenn:
 - der Kunde seine E-Mail-Adresse beim Kauf des Produktes angegeben hat
 - die versendeten E-Mails nur Werbung für ähnliche Produkte oder Services enthalten
 - Kunden dem Erhalt deiner E-Mails nicht widersprochen hat
 - Bestandskunden beim Kauf darauf hingewiesen werden, dass sie dem Erhalt der E-Mails jederzeit widersprechen können und wie das möglich ist
- Es müssen alle Bedingungen gleichzeitig erfüllt werden

Warenkorbabbruch E-Mails

Voraussetzungen - Tool

- Tool notwendig um E-Mails automatisch (und nicht manuell) zu versenden
- Verknüpfung von Onlineshop und E-Mail Marketing Tool Voraussetzung
- Verknüpfung kann entweder durch eine bestehende Integrationslösung des jeweiligen Systems erfolgen
- oder durch eine individuelle Lösung mittels REST API
- Viele Shopsysteme haben auch Plugins die, die Anbindung vereinfachen

Warenkorbabbruch E-Mails

Voraussetzungen - Warenkorb

- Damit alles funktioniert wird Speicherung des Warenkorbs vorausgesetzt
- Wie eine Art von “Wunschliste”
- Shopsysteme wie z.B. “Shopify” bieten das bereits von sich aus an, aber einige wenige bieten das nicht inhouse an
- Dies erfordert dann eine technische Integration über Softwareanbieter oder auch Plugins
- Ohne diese Funktion kann man keine Warenkorbabbruch E-Mails versenden

5

Warenkorbabbruch E-Mails Best Practices

“Einmal ist keinmal”

Dieser Satz gilt auch bei Warenkorbabbruch E-Mails. Zwar könnte der Kunde bereits bei nach ersten E-Mail zurück kommen und den Kauf abschließen, aber du solltest nicht darauf setzen und mehrere E-Mails versenden (in regelmäßigen Abständen natürlich).

A large, solid orange shape in the bottom right corner of the slide, resembling a quarter-circle or a stylized '01'.

Die richtige Zeit

Die E-Mail sollte im besten Fall nicht 5 Minuten nachdem der Kunde den Shop verlassen bei ihm ankommen, aber auch nicht nach einer Woche. Optimalerweise schickst du die erste Erinnerung nach 12h.

03

Nutze ansprechende E-Mail Betreffzeilen, wie z.B. “Beeil dich! Dein Artikel ist fast vergriffen.”

**Ansprechende
Betreffzeilen**

In deiner E-Mail sollte der CTA-Button gut sichtbar platziert werden.

**Gut platzierter
CTA-Button**

Kundensupport in der E-Mail anbieten

Gerade für die Kunden, die unsicher waren und daher ihren Kauf abgebrochen haben ist das wichtig. Erwähne in der E-Mail, dass dein Kundensupport bei jeglichen Fragen erreichbar ist. Dadurch kannst du den Kunden zum Kauf überzeugen.

Produkte zusammenfassen

Heutzutage besucht die Durchschnittsperson zwischen 20 bis 100 Webseiten täglich. Da kann es sein, dass der Kunde schon vergessen hat, was er im Warenkorb hat. Daher solltest du in deiner E-Mail den Inhalt seines Warenkorbs noch einmal zusammenfassen.

07

Personalisierung ist ein guter Tipp für alle möglichen E-Mails, daher solltest du es auch in deiner Warenkorbabbruch E-Mail nutzen.

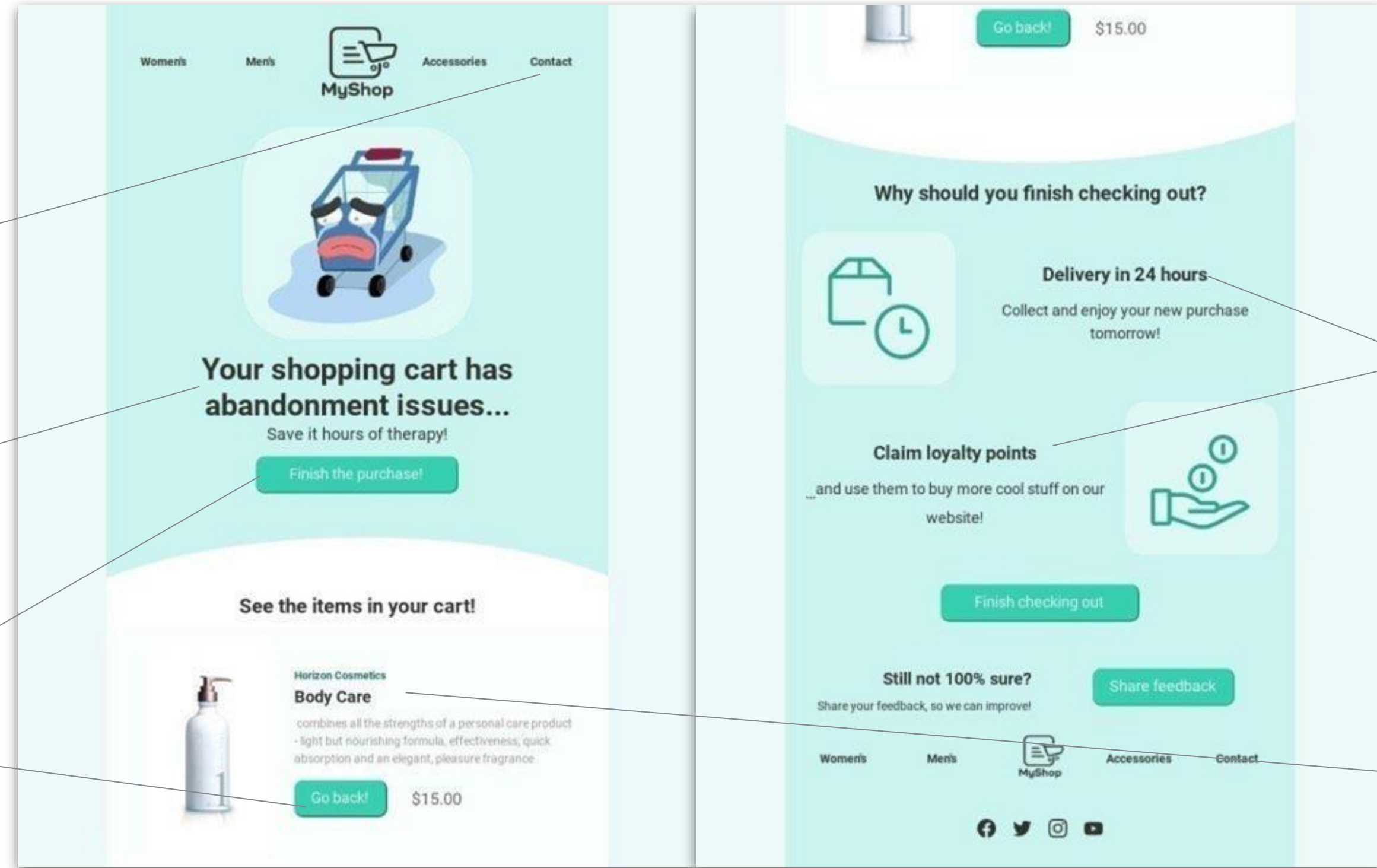
Personalisierung

6

Warenkorbabbruch E-Mails Beispiele

Warenkorbabbruch E-Mails

Beispiele



Kontakt-
möglichkeit

Ansprechender
Text

CTA-Button

Vorteile für den
Kunden

Produkte im
Warenkorb

Quelle: <https://financesonline.com/uploads/2022/01/Shopping-Cart-Abandonment-Statistics-4-1024x625.jpg>

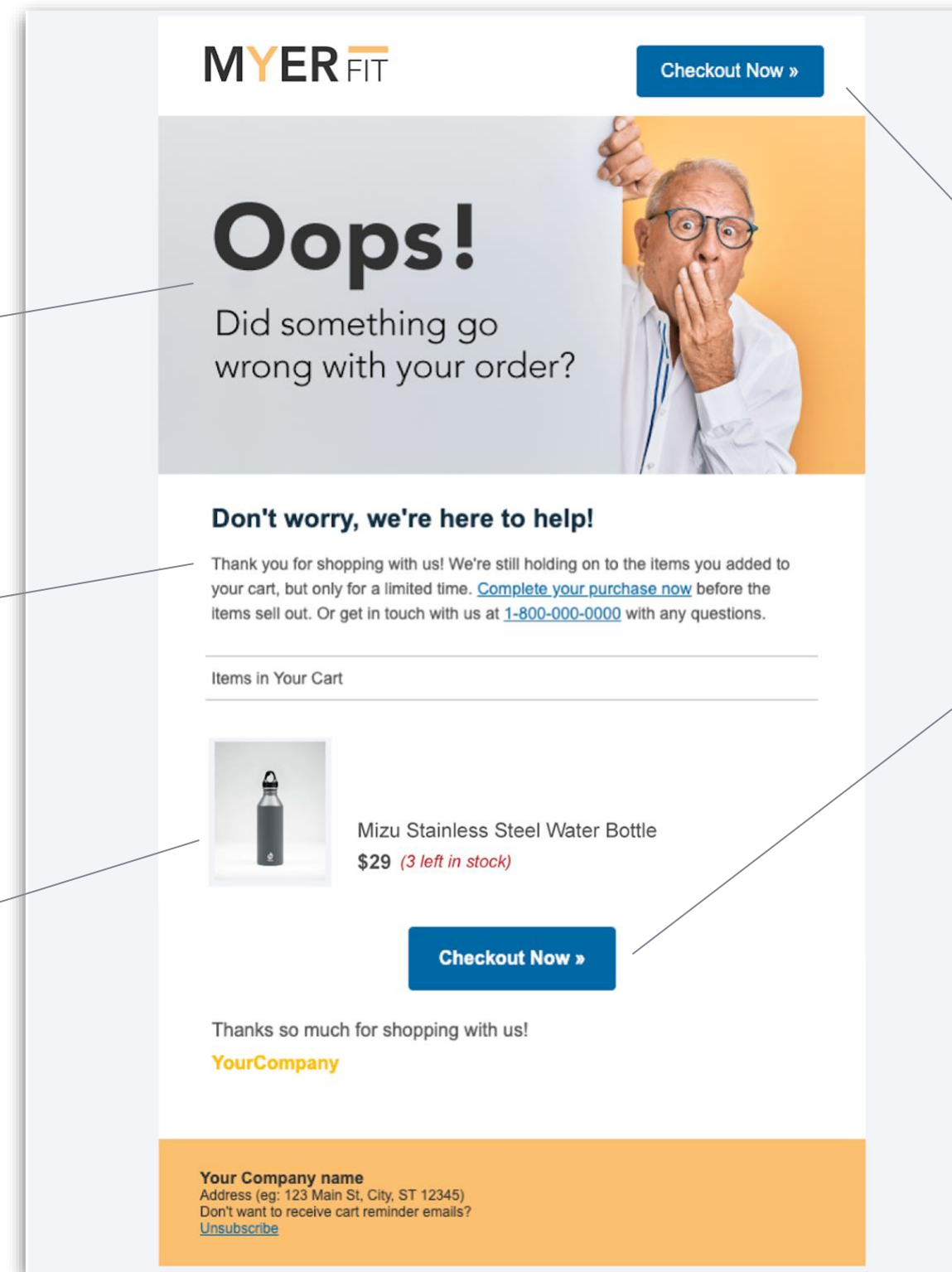
Warenkorbabbruch E-Mails

Beispiele

Ansprechender
Titel

Ansprechender
Text

Produkte im
Warenkorb

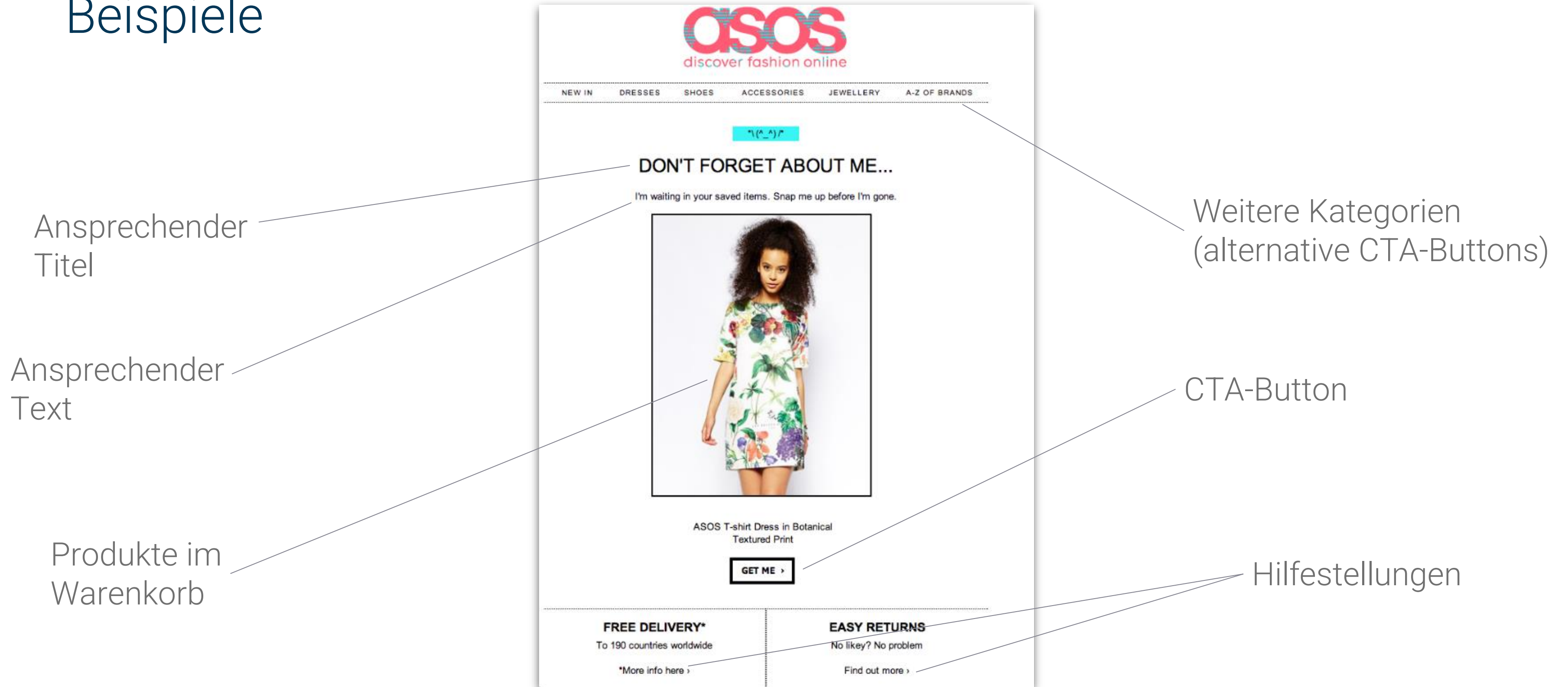


CTA-Button

Quelle:
https://lh5.googleusercontent.com/JIMOCWRCTyjDqZr7rOCXCC_mxzrU7vbfS41apPuftqJsUNq9FV64vJ5XHgJVfHzC_nYyONxmtWoC3TP2mcqX4k7n1kPAGLEU1iwGM_ts5XF2lrN-ntB2BnutntFGta68-Ap7zIKsTspwpZcPmA

Warenkorbabbruch E-Mails

Beispiele



Quelle: <https://www.dynamicyield.com/wp-content/uploads/2016/07/asos-cart-abandonment-email.png>

7

Warenkorbabbruch E-Mails Vor- und Nachteile

Warenkorbabbruch E-Mails

Vor- und Nachteile

Pros

“verlorene” Kunden wieder gewinnen



Gezielte Angebote und Rabatte platzieren



Analyse und neue Verbesserungsmöglichkeiten



Automatisierung und Effizienz



Kundeninteraktion fördern & Personalisierungsmöglichkeiten



Cons



Kosten des Tools zum Versenden von Warenkorbabbruch E-Mails



Datenschutzbedenken



Gefahr von Spam-Klassifikation



Mögliche Belästigung der Kunden

8

Warenkorbabbruch E-Mails Anbieter

Warenkorbabbruch E-Mails

Anbieter

- Einige Shopsysteme bieten die Funktion von Warenkorbabbruch E-Mails bereits von Haus an (z.B. Shopify)
- Wenn dies aber nicht der Fall ist, muss man sich extern ein Tool hinzuziehen, um Warenkorbabbruch E-Mails versenden zu können
- Diese Tools werden entweder per Plugin oder Code implementiert
- Wir präsentieren dir jetzt einige Anbieter für solche Tools

Warenkorbabbruch E-Mails

Anbieter



Mailchimp

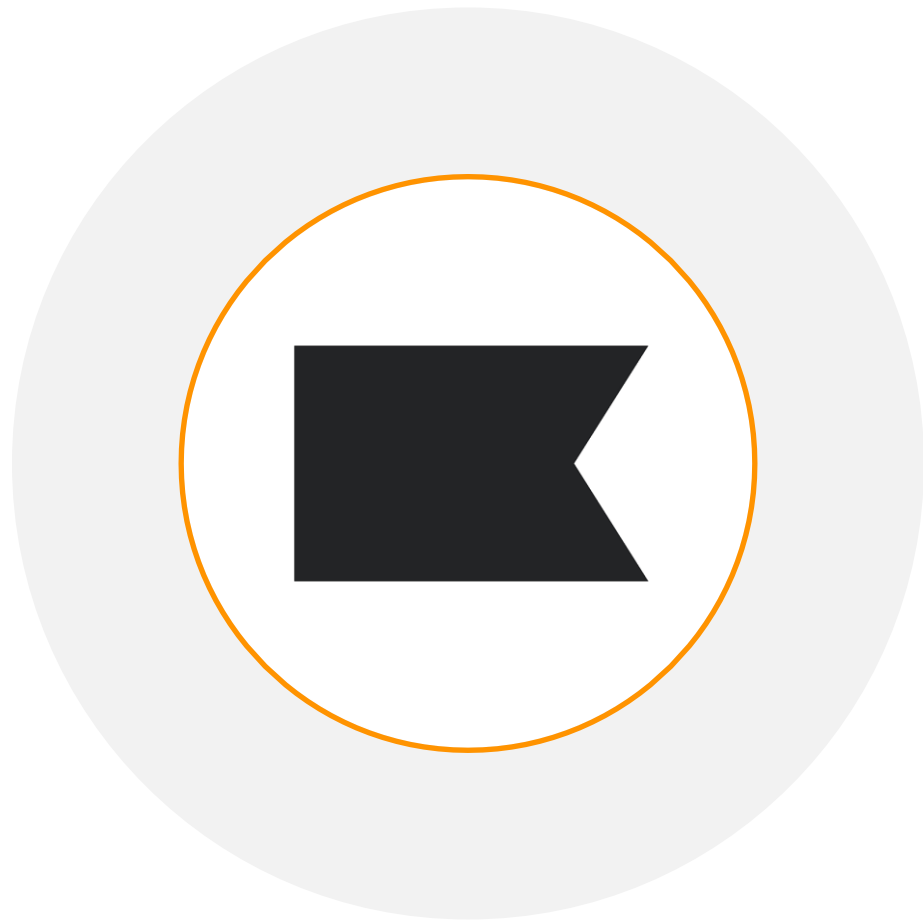
Bei Mailchimp handelt es sich um einen cloudbasierten Service für das E-Mail Management.

Weitere Services & Sonstiges

- KI-Marketingtools
- Viele E-Mail Templates
- E-Mail Workflows
- DSGVO-Herausforderungen aufgrund dessen, dass es sich um ein US-Unternehmen handelt

Warenkorbabbruch E-Mails

Anbieter



Klaviyo

Klaviyo ist eine Marketing Automatisierungsplattform bereitstellt, die hauptsächlich für E-Mail-Marketing und SMS-Marketing verwendet wird.

Weitere Services & Sonstiges

- SMS-Marketing
- E-Mail Workflows
- Forms & Pop-Up Embeds
- Auch DSGVO Herausforderungen vorhanden (USA)

Warenkorbabbruch E-Mails

Anbieter



Brevo

Brevo, ehemals Sendinblue, ist eine SaaS-Lösung für Beziehungsmarketing.

Weitere Services & Sonstiges

- Landing Page-Editor
- SMS-Marketing
- E-Mail Workflows
- Einer der günstigeren Anbieter, aber dennoch gut im Vergleich

9

Warenkorbabbruch E-Mails
Entscheidung treffen

Warenkorbabbruch E-Mails

Entscheidung treffen

01

Warenkorb-Abbruchrate

- | Analysiere deine Kauffabbrüche im Webshop.
- | Durchschnittliche Warenkorbabbruch-Rate liegt bei etwa 67%.
- | Wenn deine Rate höher ist, deutet dies darauf hin, dass du dich mit Warenkorbabbruch E-Mails befassen solltest.



Warenkorbabbruch E-Mails

Entscheidung treffen

Invest

- | Hast du genug Budget zur Implementierung eines solchen Tools?
- | Hast du genug Zeit zur Implementierung und Bedienung eines solchen Tools?

Warenkorbabbruch E-Mails

Entscheidung treffen



Umsatz

- | Möchtest du derzeit deinen Umsatz erhöhen?
- | Eine optimierte Warenkorbabbruch-Rate erhöht automatisch deinen Umsatz, da du dadurch mehr Verkäufe erzielst.

10

Warenkorbabbruch E-Mails
Aufgaben