

# Checkliste für Online-Shops

## 56 Kriterien für einen optimalen Checkout-Prozess

1) Nur eingeloggt einkaufen möglich	<input type="checkbox"/>	2) HTTPS Seite, SSL-Zertifikat	<input type="checkbox"/>
Nicht zu empfehlen! Grundvoraussetzung das der Kunde in diesem Shop einkauft ist, dass er ohne Registrierung im Shop stöbern kann.		Kommunikationsprotokoll im www, um Daten abhörsicher zu übertragen. SSL-Zertifikat notwendig. Spätestens im Checkout-Prozess ein muss.	

### Ein Produkt auswählen

3) Hotline, Telefonnummer sichtbar	<input type="checkbox"/>	4) Hinweis: Kauf auf Rechnung möglich	<input type="checkbox"/>	5) Hinweis: Versandkostenfrei (wenn möglich) oder Hinweis auf Kosten und Lieferdatum	<input type="checkbox"/>	6) Trust Shop, Swiss online Garantie, Trust Mark sind Element sichtbar	<input type="checkbox"/>	7) Infobox über Zahlungsmöglichkeiten (Rechnung, Kreditkarten usw.)	<input type="checkbox"/>	8) Einen Chat auf der Webseite anbieten.	<input type="checkbox"/>
Bei Problemen beim Einkaufen oder im Checkout-Prozess können gleich telefonisch gemeldet werden.		Immer noch wichtigstes und beliebtestes Zahlungsmittel in der Schweiz. Bis zu 30% weniger Umsatz ohne diese Option.		Erwartungshaltung des Kunden ist das der Preis inkl. Versandkosten ist. Ebenso möchte der Kunde am liebsten die Ware sofort haben (SameDayDelivery).		Die Trustelemente schaffen ein Sicherheitsgefühl für den Kunden, ist heutzutage wichtig für einen Online-Shop und dem Checkout-Prozess.		Übersichtlich auf der Seite platzieren. Damit Kunde weiss, mit welchen Zahlungsmittel er im Checkout-Prozess alles zahlen kann.		Direkte und schnelle Hilfe für den Kunden bei jeden Schritt im Checkout-Prozess.	
9) Kundenlogin und Kundenkonto	<input type="checkbox"/>	10) Merkliste, Einkaufsliste, auf Wunschzettel, speichern, merken, ev. vergleichen	<input type="checkbox"/>	11) Warenkorb oben rechts oder rechts ein Seitenwidget	<input type="checkbox"/>	12) Bezeichnung/ Benennung des Warenkorbs	<input type="checkbox"/>	13) Genaue und detaillierte Produktbeschreibung	<input type="checkbox"/>	14) Verfügbarkeit ersichtlich (voraussichtlicher Liefertermin)	<input type="checkbox"/>
Wichtig damit der Kunde seine Rechnungen und Daten selber verwalten kann.		Eine Merkliste damit der Kunde seine Produkte speichern/vergleichen kann, so muss er die Produkte nicht im Warenkorb speichern.		User Experience für den Kunde. Er erwartet den Warenkorb immer oben rechts oder auf der rechten Seite.		Ein Symbol (Warenkorb, Einkaufswagen usw.) und/oder Wort (Warenkorb, Einkaufskorb) mit der Anzahl und Preis der gewählten Produkte eventuell als Dropdown.		Genaue Beschreibung vom Produkt mit allem was dazu gehört (technische Daten, Grösse, usw.).		Am Besten sieht der Kunde bereits beim Bestellen, ob das Produkt am Lager, beim Pickup Stand oder Laden verfügbar ist.	
15) Endpreis der Produkte und Lieferkosten + MwSt. ersichtlich.	<input type="checkbox"/>	16) Bewertungen der Produkte durch andere Kunden.	<input type="checkbox"/>	17) Warenkorb Vorschläge Cross-Selling (andere Kunden kaufen auch).	<input type="checkbox"/>	18) Gutschein mit Hinweis, bei welchen Schritt einlösbar.	<input type="checkbox"/>	19) UpSelling (Zusatz zum Produkt anbieten.)	<input type="checkbox"/>	20) Artikel wird im Warenkorb angezeigt (dropdown/Symbolanzeige)	<input type="checkbox"/>
Kunde soll immer den aktuellen Endpreis sehen, wenn er mit der z. B. Kreditkarte (Gebühr, was kommen da zusätzlich für Kosten drauf oder mit Kleinmengenzuschlag) usw. zahlt.		Hilfe für die Kaufentscheidung des Kunden, damit er sieht wie andere Kunden mit dem Produkt zufrieden sind oder eben nicht.		Cross Selling ist eine Kaufhilfe und Animation für den Kunden, so sieht er, was andere Kunden zu dem Produkt noch dazu kaufen.		Damit der Kunde weiss, bei welchem Schritt er den Gutschein einlösen kann. Am besten so früh wie möglich, sonst ist der Kunde frustriert, wenn er den ganzen Checkout durchmacht und der Gutschein geht nicht.		Es wird ein zusätzliches Produkt mit angeboten. Garantieverlängerung, zusätzlicher Artikel oder erweiterte Lizenz.		Übersichtlicher und schneller check, was hat der Kunde im Warenkorb. Preis und Menge sind ein Minimum.	
21) Warenkorb Anzahl Produkt ändern, aktualisieren Button	<input type="checkbox"/>	22) Weiter Button zum nächsten Schritt	<input type="checkbox"/>	23) Sticky Warenkorb	<input type="checkbox"/>	24) Warenkorb eingeloggt gespeichert	<input type="checkbox"/>	25) PickPost, Pickup, Filialen Abholung	<input type="checkbox"/>	26) In den Warenkorb Button	<input type="checkbox"/>
Die Anzahl der gewählten Produkte lassen sich verändern, löschen oder mehrere hinzufügen.		Weiter zum nächsten Schritt Button, kann je nach Shop 1-5 Mal vorkommen.		Der Warenkorb soll auch beim Scrollen immer sichtbar sein.		Sehr wichtig für den Kunden, vor allem wenn mit verschiedenen Geräten eingekauft (unterwegs/ zuhause). Er möchte ja nicht nochmals alles zusammen suchen für die Bestellung.		Kunde kann selber entscheiden, wo er das Produkt abholen oder sich liefern lassen kann.		Button um das Produkt im Warenkorb hinzuzufügen. Farblich hervorheben.	

### Anmeldung

27) Login bestehender Kunde (Bestandskunde)	<input type="checkbox"/>	28) Box angemeldet bleiben.	<input type="checkbox"/>	29) E-Mail-Adresse	<input type="checkbox"/>	30) Passwort vergessen	<input type="checkbox"/>	31) Neuer Kunde	<input type="checkbox"/>	32) Als Gast bestellen (ohne Registrierung)	<input type="checkbox"/>
Die Vorteile eines Bestandskunden nutzen (einfaches Login, Übersicht Rechnungen usw.). Warenkorb muss eingeloggt gespeichert bleiben.		Check-Box für einfaches Login beim nächsten Besuch, dann ist man automatisch eingeloggt.		Jede E-Mail Adresse darf nur einmal registriert sein und vergeben werden. Hinweis machen, wenn diese nie im Shop registriert wurde.		Hilfe beim Vergessen des Passwort, soll per E-Mail oder SMS zugeschickt werden.		Vorteile aufzeigen für ein Kundenkonto. Kunde kann sich mit E-Mail und Passwort anmelden und vom Kundenkonto profitieren.		Wichtig, nicht jeder Kunde will ein Kundenkonto eröffnen und alle Daten hinterlegen.	

### Checkout

33) Checkout-Prozess Header, bleibt beim ganzen Checkout bestehen!	<input type="checkbox"/>	34) Checkout darf nicht über Navigation oder USP Punkte verlassen werden können.	<input type="checkbox"/>	35) Anzahl Schritte Checkout anzeigen, Fortschrittsanzeige	<input type="checkbox"/>	36) Gutschein einlösen	<input type="checkbox"/>	37) Bestellübersicht von Produkt mit Name und Kurzbeschreibung	<input type="checkbox"/>	38) Auflistung der gekauften Artikel, Menge veränderbar.	<input type="checkbox"/>
Der Kunde soll die wichtigsten Informationen (USP, Telefonnummer, Kauf auf Rechnung) immer sehen, aber nur das Logo soll klickbar bleiben.		Sehr wichtig, dass man nicht über die Navigation den Prozess verlassen kann und somit Abbrüche minimiert. So wenig Ablenkung wie möglich, damit der Kunde schnell durch den Checkout-Prozess geleitet werden kann.		Dem Kunden anzeigen wie lange der Checkout-Prozess noch geht und was er bereits erledigt hat, je nach Shop anders z. B. 1 bis 4/5/6 Schritte oder one Page alles auf einer Seite (dafür mit Häkchen).		Hinweis auf wo und bei welchen Schritt Gutscheine oder Rabatte eingelöst werden können. Nach der Eingabe den Warenkorb automatisch aktualisieren. Hinweis warum ein Gutschein nicht mehr gültig ist.		Wichtig für den Kunden, damit er weiss, was er alles bestellt hat. Schafft Vertrauen!		Auflistung der gekauften Artikel und die Menge soll unbedingt auch in diesem Schritt noch veränderbar sein.	
39) Versandkosten/ Kleinmengenzuschlag deutlich kennzeichnen.	<input type="checkbox"/>	40) Art der Lieferung, Versand, Lieferfrist auflisten.	<input type="checkbox"/>	41) Total Rechnungsbetrag inkl. MwSt.	<input type="checkbox"/>	42) Rechnungs- und Lieferadresse ändern und erweitern können.	<input type="checkbox"/>	43) Rechnungsadresse ist Lieferadresse.	<input type="checkbox"/>	44) Übersicht Zahlungsmöglichkeiten	<input type="checkbox"/>
Alle Kosten in jedem Prozess-Schritt anzeigen. Bei Beträgen unter z. B. 50 CHF gut sichtbar darauf aufmerksam machen (Kleinmengenzuschlag) und vorschlagen, wieviel noch zur kostenfreien Lieferung fehlt.		Verschiedene Liefermöglichkeiten für den Kunden aufzeigen (Filialenabholung, Samstagszustellung, Pickup) und zeigen wie lange es braucht bis der Artikel ausgeliefert wird.		Der Rechnungsbetrag muss in Brutto/Netto, inklusive Auszeichnung der MwSt. aufgeteilt sein.		Die Adressen müssen veränderbar sein und/oder mehrere hinterlegt werden können.		Die sollte automatisch übernommen werden, damit der Kunde es nur einmal eingeben muss.		Übersicht von allen Zahlungsmittel und Zahlungsmöglichkeiten auf der Webseite und im Checkout-Prozess anzeigen.	
45) Zahlung per Rechnung	<input type="checkbox"/>	46) PostFinance	<input type="checkbox"/>	47) PayPal	<input type="checkbox"/>	48) Visa/MasterCard	<input type="checkbox"/>	49) AGB und/oder Datenschutzbestimmungen akzeptieren.	<input type="checkbox"/>	50) Jetzt kaufen, Jetzt bestellen, Zur Kasse, Jetzt zahlen, Button	<input type="checkbox"/>
Das beliebteste Zahlungsmittel bei online Bestellungen in der Schweiz.		Einfaches und schnelles bezahlen, deshalb sehr beliebt in der Schweiz. Es gibt zwei verschiedene online Zahlungsmöglichkeiten.		Einfaches und sicheres online Zahlungsmittel, welches immer beliebter wird, da es einen Käufer- & Verkäuferschutz dazu gibt.		Die zwei stehen in fast jeden Online-Shop als Zahlungsmittel zur Verfügung. Die Gebühren sollten schon im Produktpreis enthalten sein.		Müssen, ohne den Checkout-Prozess zu verlassen, verfügbar und lesbar sein. Entweder als Popup oder als neue Seite. Eine Box zum Anklicken oder ein Vermerk, dass diese mit dem Bestellen akzeptiert wird.		Mit dem betätigen des Eingabe Button mit "Jetzt kaufen", "Jetzt bestellen", "Zur Kasse", "Jetzt zahlen", den Kauf als definitiv zu bestätigen und unverbindlich bestellen/kaufen.	
51) Weiterleitung zur Zahlung (Post, PayPal, Mastercard)	<input type="checkbox"/>	52) Nach erfolgreicher online Zahlung zurück zur Auftragshistorie	<input type="checkbox"/>	53) Empfangsbestätigung per E-Mail senden.	<input type="checkbox"/>	54) Gekauftes Produkt ist auf dem Empfangsmail aufgelistet.	<input type="checkbox"/>	55) Rechnungs- und Lieferadresse ersichtlich (E-Mail oder Kunden Seite).	<input type="checkbox"/>	56) Paketankündigung für den Kunden per E-Mail oder SMS.	<input type="checkbox"/>
Der Checkout-Prozess wird automatisch verlassen, um zu der gewählten Zahlungsmethode zu gelangen. Sollte unbedingt SSL-Verschlüsselt sein!		Als Sicherheit, damit der Kunde weiss, dass die Zahlung/Bestellung hat geklappt und ist beim Online-Shop angekommen.		Ist Pflicht! Damit der Kunde weiss, seine angegebene E-Mail Adresse stimmt und seine Bestellung wurde ausgelöst oder ist beim Shop angekommen.		Ein Überblick des gekauften Produkts mit allen relevanten Angaben im E-Mail.		Rechnungs- und Lieferadresse müssen im Anhang oder E-Mail ersichtlich sein.		Damit der Kunde weiss, dass sein Paket unterwegs ist zu ihm. Ist auch via Post (auch andere Anbieter) verschiebbar oder das Paket kann an einem bestimmten Ort hinterlegt werden.	

Checkliste für den Checkout-Prozess - MAS-Arbeit 2017 ©Helene Umiker