



Slik optimerer du UI- og UX-designet i nettbutikken og øker antall konverteringer

Lås opp hemmelighetene til en sømløs handleopplevelse med ekspertstrategier innen UI/UX.

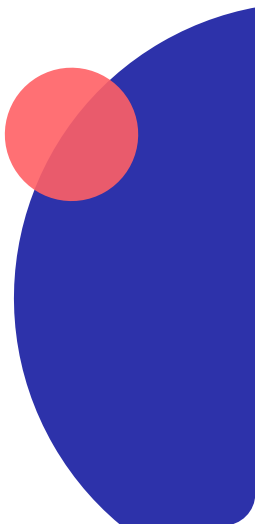
Innledning

Som nettbutikk-eier vet du at hvert sveip, hvert klikk og hver konvertering er viktig. Opptil 70 % av kundene forlater handlekurven før de kommer til kassen, og mange kommer ikke engang så langt.

Du vil kanskje aldri gjøre alle besøkende til lojale kunder, men du kan gjøre handleopplevelsen så hyggelig, intuitiv og enkel som mulig ved å optimalisere nettbutikkdesignet.

Utformingen av nettbutikkens brukergrensesnitt (UI) og brukeropplevelse (UX) på er alfa og omega for vellykkede kundereiser. Dessverre er det mange nettbutikker som ikke vier nok oppmerksomhet til UI/UX-designet, noe som resulterer i tapte salgsmuligheter.

Vi satte oss ned med UX-ekspert Teresa Schilder-Knudsen for å diskutere UI- og UX-feil i netthandelen. Hun forteller hvordan vi balanserer estetikk og funksjonalitet, og vi får noen eksperttips for å forbedre brukeropplevelsen og skape flere konverteringer. La oss begynne!



Hvor viktig er ditt UI- og UX-designet for nettbutikken din?

De siste dataene fra e-handelsrapporten fra 2023 viser at bare en liten følelse av rotete design eller manglende tillit til en nettbutikk kan redusere konverteringsraten med 29,6 % i gjennomsnitt ved kassen. Dette er ikke bare et lite problem. Dette er et stort problem for nettbutikker, og det viser viktigheten av et godt designet grensesnitt. Teresa Schilder-Knudsen legger til:

"Jeg ser noen ganger nettbutikker som prøver å skille seg ut seg med et nytt navigasjonssystem eller unike brukerflyter. Selv om jeg forstår tanken, er det viktig at navigasjonen er så intuitiv som mulig. Følg alltid beste praksis, uansett størrelse eller målgruppe for nettbutikken din"

Når det kommer til UI- og UX-designet, handler det ikke så mye om estetikk, men om å bygge tillit hos publikum. Hvis brukerne føler seg komfortable og trygge på nettstedet ditt, er det mye større sannsynlighet for at de konverterer og foretar et kjøp:

"Det er essensielt å bruke etablerte konvensjoner for menystruktur og navigasjon. Som forbrukere handler vi hos mange ulike nettbutikker, så en kjent layout hjelper oss å forstå hvordan vi skal komme oss rundt", sier Teresa Schilder-Knudsen.

Et godt designet nettsted kan gi høyere konverteringsfrekvenser og økte gjennomsnittlige ordreverdier – og dermed større inntekter. Et dårlig designet nettsted vil derimot skremme bort potensielle kunder som kan mistenke svindel og heller dra til en konkurrent. La oss se nærmere på hvordan du kan oppdage friksjon og feil på nettstedet ditt.



Slik finner du ut om nettbutikken din trenger en oppdatering av UI- og UX-designet

For å vurdere om UI/UX-designet trenger en oppussing, kan du starte med å evaluere ytelsesdataene, for eksempel konverteringsfrekvens, fluktfrekvens og gjennomsnittlig ordreverdi (AOV). Lave konverteringsfrekvenser kan tyde på lav brukervennlighet, mens høye fluktfrekvenser kan tyde på at besøkende opplever nettstedet som lite tiltalende eller vanskelig å navigere på. Benchmarking opp mot konkurrentene kan også avsløre om du henger etter, om konkurrentene dine tilbyr bedre brukeropplevelser eller om nettstedet ditt ikke oppfyller bransjestandardene.

“For å finne ut om du bør oppgradere brukergrensesnittet, kan du starte med å se på konverteringsfrekvensen. Husk også at du kanskje kan identifisere mange av problemene ved å gå gjennom nettbutikkflyten selv. Sørg for at kunder enkelt kan komme seg fra A til Å uten friksjon og forvirrende navigering.” - legger Teresa Schilder-Knudsen til.

Du kan også henvende deg direkte til kjøpere/brukere og gjennomføre brukerintervjuer. De kan hjelpe deg med å finne ut hvor kundene opplever utfordringer med å navigere i nettbutikken din eller forstå funksjonene. Hvis flere faktorer indikerer at nettbutikken din yter dårlig, kan det være på tide å investere i fornyelse av UI/UX-designet for å øke brukertilfredsheten og opprettholde et konkurransefortrinn.

Husk: Mobil først!

Ikke glem at mobiler blir den primære driveren for netthandel. Mobilhandel, også kalt m-handel, forandrer hvordan forbrukere handler og betaler. Det betyr at du må sikre at brukergrensesnittet ditt også fungerer på små skjermer.



Lær av de beste

Hvordan utmerker ledende selskaper seg i UI- og UX-design, og hvordan skaper de en engasjerende og brukervennlig handleopplevelse på nettet? Oftest gjør de det ved å forenkle navigasjonen, optimalisere betalingsflytene og tilby kundenes foretrukne betalingsalternativer. Det handler om å prioritere kundenes behov og preferanser. Teresa Schilder-Knudsen vektlegger:

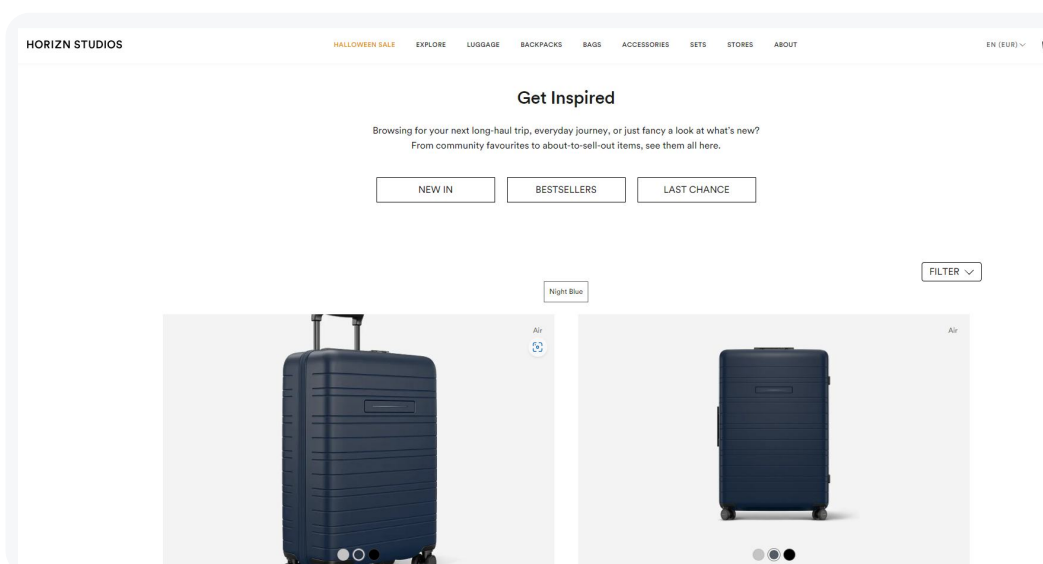
"Hvis du vil skape en enkel handleopplevelse, må du tenke på det som en fysisk butikk. Det må være enkelt for kundene å få oversikt over produkter, navigere og finne lignende varer. Når de bestemmer seg for å kjøpe noe, bør de kunne gå til kassen og betale – helt enkelt"

La oss se nærmere på hvordan to e-handelsmerker har mestret UI- og UX-design for å skape økt kundetilfredshet og forretningssuksess.

> D2C-merke: Horizn Studios

Horizn Studios utmerker seg innen UI- og UX-design ved å reflektere merkevareverdiene innovasjon og bærekraft:

- Bilder av høy kvalitet: Bilder av høy kvalitet og detaljerte produktbeskrivelser bygger tillit og hjelper besøkende med å finne ut om produktet er riktig for dem.
- Enkel navigering: Del nettsiden inn i menyelementer som passer til det besøkende ser etter, og grupper dem i kategorier som gir mening hierarkisk.
- Åpenhet: Tydelig informasjon om pris, avgifter og frakt øker brukertilliten.
- Responsivt design: Sørg for at mobilversjonen din er like brukervennlig som PC-versjonen. Mobilversjoner er ofte rotete på grunn av den lille skjermen.



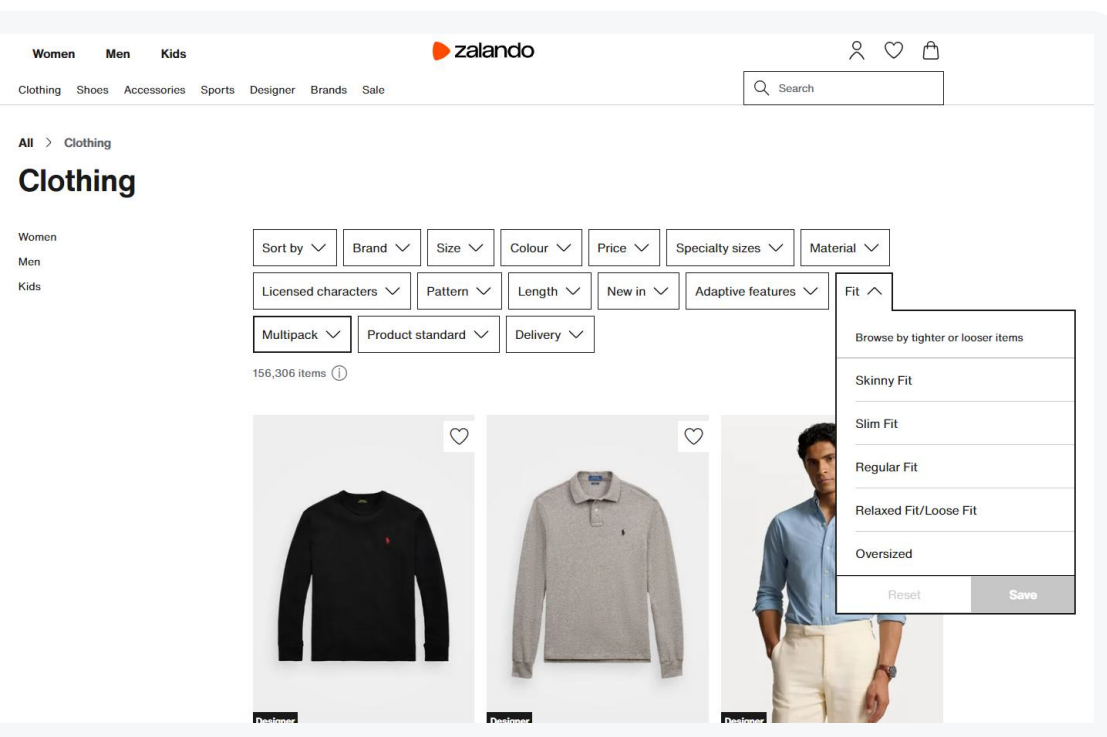
"Du bør aldri undervurdere viktigheten av produktbilder av høy kvalitet. Det er viktig for å bygge tillit og konvertere besøkende. Kundene må føle seg trygge på det de kjøper, og gode bilder kan utgjøre hele forskjellen"

- understreker Teresa Schilder-Knudsen

> Forhandlere: Zalando

Zalandos plattform fokuserer på personlig tilpasning og enkelhet i UI/UX-designet ved å reflektere merkevareverdiene for innovasjon og bærekraft:

- Personlige anbefalinger: AI-drevne forslag gir en bedre handleopplevelse.
- Tomrom: Prioriter tomrom samtidig som du setter av nok plass til navigasjonselementer, slik at besøkende kan se alternativene umiddelbart i stedet for å måtte klikke seg mange ganger gjennom for mange sider. Besøkende liker å rulle mer enn å klikke.
- Interaktive elementer: Informasjon om størrelse, anmeldelser og 360-graders visninger bidrar til informerte kjøp.
- Avansert filtrering: Nyttige filtreringsalternativer hjelper brukere med å finne det de trenger raskt.
- Hurtigvisningsfunksjon: Lar brukere se produktdetaljer uten å forlate siden, noe som gir mer effektivitet.



UI/UX-trender du bør vurdere å implementere

Nå som vi har utforsket noen eksempler på effektive nettbutikker, kan vi rette oppmerksomheten mot UI/UX-trendene du bør vurdere for din egen butikk. Netthandelen utvikler seg raskt – og med en voksende mobilhandel og sosiale medier som spiller en viktigere rolle i å forme merkevarefortellinger og fremme kundelojalitet, er det viktig å ligge i forkant. Her er de viktigste trendene som kan inspirere ditt nettbutikkdesign:

> Produktvideoer og livsstilsbilder

Livsstilsbilder og produktvideoer kan gi en betydelig bedre kundeopplevelse. «Når du viser produktene dine i kontekst, enten med bilder eller videoer, hjelper det kundene med å forestille seg hvordan produktene passer inn i deres liv», sier Teresa Schilder-Knudsen. Denne formen for visuell historiefortelling fengsler ikke bare kjøpere, men bygger også en følelsesmessig forbindelse, som driver dem til å utforske videre og konvertere.

> Mikrointeraksjoner for økt engasjement

Subtile designelementer, som animerte tilbakemeldinger og dynamiske lasteskjermers, tilfører et sofistikert preg og øker brukerengasjementet. Disse mikrointeraksjonene veileder brukerne og gjøre kundereisen mer interaktiv og morsom, og holder dem engasjert på nettstedet ditt lenger.

> Minimalistisk og ren estetikk

Selv om dette kanskje ikke er trend, men mer en nordisk preferanse, vil et rent, ryddig design la brukere fokusere på det som er viktig: Produktene dine. «I Skandinavia verdsetter vi et luftig og enkelt design – less is more», forteller Teresa Schilder-Knudsen. Selv om splash-kampanjer og promoteringer kan være nyttige og generere konverteringer, må du passe deg for å overdrive og skape et rotete grensesnitt.

> AI og personlig tilpasning for skreddersydde handleopplevelser

AI-drevet personalisering bruker data for å lage unike handleopplevelser for hver besøkende. Ved å vise brukere skreddersydde produktanbefalinger og tilpasset innhold kan du skape en mer personlig, relevant opplevelse som oppmuntrer til mer engasjement og høyere konverteringsfrekvens.



> Tilgjengelig design

Det er både et juridisk krav og en forretningsmulighet å sikre at nettbutikken din er tilgjengelig for alle brukere. Implementer fargekontraster for synshemmede brukere, tekst-til-tale-funksjonalitet og enkel navigering for brukere med nedsatt funksjonsevne. Sørg for at butikken din henvender seg til et bredere publikum og viser sosialt ansvar.

> Bærekraftstiltak er velkomne

Forbrukerne blir mer bevisste på handlemønsteret sitt og forbrukets miljøpåvirkning. Bærekraftstiltak er en måte å skille seg ut på. Vurder å bruke miljøbevisst emballasje og redusere avfall med resirkulerbare, komposterbare eller gjenbrukbare emballasjematerialer. Eller kanskje fremheve bærekraftige produkter, og være åpen om produktenes opprinnelse og produksjonsmetoder.

Trender kommer og går, som du sikkert vet. Noen utvikler seg til beste praksis og forandrer måten vi jobber på, mens andre forsvinner raskt. Teresa Schilder-Knudsen anbefaler: "Begynn i det små, og prøv deg frem." Ved å bruke A/B-testing kan du oppdage hva som faller i smak hos kundene dine, og tilpasse deg til kundenes preferanser før du foretar store investeringer.



Så hva er konklusjonen?

Ja, du vil selvsagt at nettbutikken din skal se bra ut! Men Teresa Schilder-Knudsens hovedpoeng er at du ikke skal gå på akkord med funksjonaliteten. En vellykket nettbutikk handler om å skape en enkel og problemfri opplevelse for kundene dine. Ved å omfavne konseptet «less is more» kan du forenkle navigasjonen og strømlinjeforme betalingsprosessen, noe som gjør det enklere for kunder å kjøpe.

Når du har implementert det viktigste, bør du vurdere å eksperimentere med produktvideoer og livsstilsbilder. Og ikke glem potensialet i AI-drevet personalisering. Skreddersydde opplevelser kan gi høyere konverteringsfrekvenser. Til syvende og sist handler UI/UX-designet ditt om å lage en nettbutikk som føles intuitiv og tillitsvekkende. Med et enkelt design kan du heve nettbutikken din, skape flere konverteringer og få mest mulig ut av hver interaksjon.

