

Sådan undgår du forladte indkøbskurve på din webshop

Brug de nyeste marketingteknikker

Introduktion

Næsten 70 % af online indkøbskurve bliver forladt – det er en masse tabt omsætning.

Som e-handelsejer går du glip af hundredvis, hvis ikke tusindvis, af potentielle salg. Selvom du måske ikke vil kunne udrydde problemet helt, er der meget, du kan gøre for at afhjælpe det som ejer af en webshop.

Denne guide undersøger de mest almindelige årsager til, at shoppere forlader deres indkøbskurve, og udforsker de nyeste marketingteknikker, du kan bruge til at forbedre dit websteds konverteringsrate.



Forståelse af fænomenet forladt indkøbskurv

Kun tre ud af ti online-shoppere kommer fra "tilføj til kurv" til "gennemført køb". At forstå mekanismerne bag dette fænomen er ikke så simpelt, som du måske tror.

Naturligvis ligger en stor del af årsagen i lav købhensigt. Du har måske selv prøvet det: Du surfede spontant i webshops og tilføjede forskellige varer til din kurv, som du måske kunne tænke dig at eje en dag eller blot tilføjede for at gemme dem til en fremtidig jule- eller fødselsdagsønskeseddel. Dog kan årsagen til, at en indkøbskurv forlades, også være manglende tillid, konkurrerende webshops eller høje forsendelsesomkostninger – ting, som du som webshopejer har kontrol over.

Selvom du ikke vil kunne lykkes med at gøre hver tilføjet vare til et gennemført salg, er der meget, du kan gøre for at forvandle disse spontane shoppingøjeblikke til faktiske køb og reducere hyppigheden af forladte indkøbskurve. I det følgende vil vi se på de mest almindelige årsager til, at indkøbskurven forlades og derefter diskutere, hvordan problemet kan afhjælpes.



Udfordringerne inden betaling

Shoppere forlader deres indkøbskurve på forskellige tidspunkter under indkøbsoplevelsen. Hvis indkøbskurven bliver opgivet inden betaling, har det normalt at gøre med købhensigten, som nævnt ovenfor. Indkøbskurven kan dog også opgives på grund af:

> Priskonkurrence:

Konkurrencen inden for online shopping er hård. Mange webshops forsøger at tjene på at sælge de samme modeartikler eller populære apparater, hvilket giver forbrugerne utallige valgmuligheder. En hurtig Google-søgning vil vise dine potentielle kunder andre butikker, hvor de kan købe den samme vare, og hvis de finder den billigere andre steder, vil de højst sandsynligt vælge at købe den derfra.

> Uventede omkostninger:

Alle de ekstra gebyrer oven i produktets pris kan skræmme kunderne væk. Et eksempel er forsendelsesomkostninger, der enten er høje eller dukker op for sent. Hvis meromkostningerne dukker op sent i købsoplevelsen og overrasker shopperen, kan det være en grund til, at de mister lysten til at handle hos dig, hvorfor du bør sikre fuldstændig transparens omkring dine priser.

> Mobiloptimerede websteder:

Shopping via smartphone vinder frem, og webshops skal optimere deres sider for at sikre en mobil shoppingoplevelse, der er lige så god som deres bærbare oplevelse med korte beskrivelser, korte overskrifter og en ren brugerflade, der ser godt ud på en lille skærm. En klodset indkøbsrejse på en mobiltelefon vil reducere tilliden markant.



De uheldige oplevelser midtvejs i betalingsprocessen

Shoppere, der kommer forbi de ovennævnte forhindringer, har nu brug for en problemfri købsoplevelse for rent faktisk at gennemføre købet helt. Til dette er der en helt ny liste over faldgruber, der skal undgås:

> **Bekymringer om tillid og sikkerhed:**

Sørg for, at dine kunder føler sig trygge og undgå enhver forvirring med hensyn til din sides legitimitet. At have betalingsomdirigeringer er blot ét eksempel, da det vil få dine shoppers alarmklokker til at ringe, hvis de pludselig befinder sig på en anden side end den, de troede, de handlede fra.

> **En bekvem betalingsoplevelse:**

Hold det enkelt og begræns de trin, dine kunder skal igennem for at godkende det endelige køb. Oplevelsen ved kassen skal være så bekvem som muligt. I stedet for at få din kunde til at udfylde deres faktureringsadresse og derefter deres leveringsadresse, så spørg, om det er den samme. Desuden bør du sikre dig, at din side indlæses med det samme, da forsinkelse er irriterende og kan give dine kunder tid til at genoverveje deres køb.

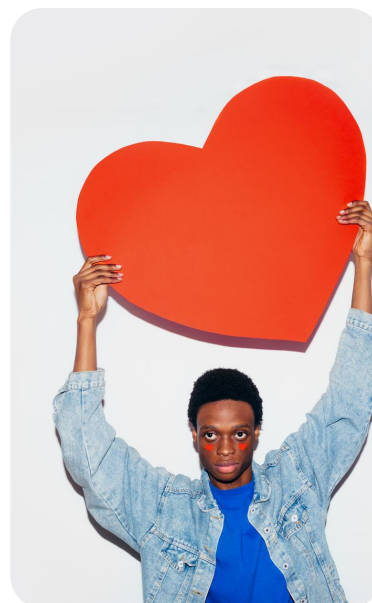
> **Bed om den rigtige information på det rigtige tidspunkt:**

Kontooprettelse eller gæstebetaling? Nogle shoppere foretrækker at logge ind og få deres oplysninger gemt. Men ved et spontant køb vil dine kunder måske undgå at oprette en konto eller endda logge ind på en eksisterende - så giv dem muligheder.

> **Begrænsede betalingsmuligheder:**

At tilbyde velegnede betalingsmuligheder har at gøre med både bekvemmelighed og tillid. Dine kunder ønsker ikke at rejse sig op fra stolen og lede efter deres kreditkort, de vil have betalingsmuligheder via deres smartphone, og de kan blive mistænksomme, hvis du ikke tilbyder de løsninger, de er vant til. Der er virkelig ingen undskyldning for ikke at tilbyde forskellige betalingsmuligheder, der passer til alle præferencer.

Den enkle løsning på problemet med forladte indkøbskurv er at eliminere alle disse problemer, der kan forårsage friktion for dine kunder. Alligevel vil nogle kunder uundgåeligt forlade deres indkøbskurv, men det betyder ikke, at du skal opgive salget.



Den nyeste marketingteknikker

Når en kunde har forladt sin indkøbskurv, kan du bruge forskellige teknikker til at få dem til at genoverveje købet. Lad os dykke ned i de nyeste metoder, du kan bruge til at undgå forladte indkøbskurve eller få kunden til at vende tilbage.

> Brug dine data til retargeting

Sørg for, at dine kunder føler sig trygge og undgå enhver forvirring med hensyn til din sides legitimitet. At have betalingsomdirigeringer er blot ét eksempel, da det vil få dine shoppers alarmklokker til at ringe, hvis de pludselig befinder sig på en anden side end den, de troede, de handlede fra.

> Personlige produktanbefalinger

Implementer AI-drevne personlige produktanbefalinger for at vise kunderne yderligere varer. Hvis du har deres e-mail, kan du også sende en e-mail om den forladte indkøbskurv med nye produktanbefalinger eller tilbyde rabatter på de produkter, de overvejede.

> Brugergenereret indhold

Selvom AI er fantastisk til at automatisere produktanbefalinger, kommer de mest overbevisende anbefalinger fra brugere, der selv har prøvet produkterne. Det samme gælder for influencere. Udnyt socialt salg til at øge salget og konverteringsraterne. Nogle webshops har haft held med at skabe et fællesskab omkring deres produkter ved at lokke shoppere til at lægge billeder af deres køb på nettet – overvej om det kunne fungere for din butik.

Gå tilbage til det grundlæggende

At tale om de nyeste marketingteknikker betyder ikke, at du skal glemme det grundlæggende. Før du forsøger at implementere de nyeste AI-væksttricks, skal du sørge for at have fuldstændig styr på det grundlæggende.

Tillid spiller en afgørende rolle i at reducere antallet af forladte indkøbskurve, hvilket gør det vigtigt at vurdere hele købsprocessen. At tage et skridt tilbage for at gennemgå hele rejsen kan afsløre muligheder for at forbedre tilliden og den overordnede shoppingoplevelse. Her er nogle af de aspekter, du bør overveje:

> Forstå din målgruppe

Start med at få en grundig forståelse af dit kundesegment. Forstå deres ømme punkter, præferencer samt købsadfærd og implementer en lukket feedback-loop for løbende at forbedre dit websted og dine tilbud.

> Skab sammenhæng på tværs af platforme

Skab en overbevisende og sammenhængende brandhistorie på tværs af kanaler. Et veludvalgt logo og brandretningslinjer, der kan genkendes på tværs af platforme, vil skabe tillid og brandbevidsthed. Kendskab vil hjælpe med at få kunderne til at vende tilbage.

> Fokuser på at optimere din konverteringsrate

I stedet for kun at fokusere på at få mere trafik og flere besøgende til dit websted, skal du fokusere på at optimere konverteringsraten for de besøgende, du allerede har. Invester i dit UI- og UX-design og optimer din webshop med en problemfri købsrejse. Sørg for, at din side indlæses hurtigt, og skriv overbevisende produktbeskrivelser med produktbilleder af høj kvalitet.



De vigtigste takeaways

Den vigtigste læring at tage med fra vores udforskning af forladte indkøbskurve er, at de små ting betyder meget. Hvis du ikke tilbyder en betalingsløsning, der fungerer på en mobiltelefon, eller hvis din side bruger fem sekunder på at indlæse, vil krævende shoppere forlade deres indkøbskurve. Derfor skal du sikre, at indkøbsoplevelsen glider problemfrit. Gå gennem din købsoplevelse fra browsing til returnering mindst en gang om måneden for at opdage eventuelle forhindringer. Eliminér al friktion og hold dit websted så transparent som muligt for at gøre nogle af disse spontane shoppere til kunder.

Du er måske god, men hvis du vil trives i det konkurrenceprægede webshoplandskab, skal du være fantastisk!

