

Ferguson

Erhöhung der Konversionen um 5 % mit einer optimierten Single-Page-Kaufabwicklung, die mithilfe von Decibel entwickelt wurde

Ziel

Das I Aufgrund der Daten und des Feedbacks stellte Ferguson die Hypothese auf, dass folgende Probleme zu einem Rückgang der Konversionen bei der Kaufabwicklung beigetragen haben:

1. Die Kaufabwicklung umfasste zu viele Schritte
2. Einige Schritte beinhalteten zu viele unnötige Felder, die ausgefüllt werden mussten

„Unsere Kunden bauen auf Ferguson. Es gibt viele, die die Website den ganzen Tag geöffnet haben und bis zu 20 Bestellungen täglich aufgeben. Alles, was den Prozess verlangsamt, verlangsamt auch ihr Geschäft. **Und unsere Kaufabwicklung bremste unsere Kunden aus.**“

Billy Colonna, Mobile Product Owner, Ferguson

Das Ziel bestand darin, eine Kaufabwicklungserfahrung zu entwickeln, die reibungsloser und einfacher sein sollte als je zuvor. Es gab zwei Schlüsselkennzahlen, die Ferguson verbessern wollte, weil ihr Erfolg daran messbar sein würde: Konversionsrate und Dauer der Kaufabwicklung.

Strategi

Das Team beschloss, dass die beste Lösung in der Entwicklung einer Single-Page-Kaufabwicklung besteht.

Um den Prozess zu beschleunigen, wurden alle Felder, die nicht obligatorisch waren, entfernt und der Ausfüllmechanismus geradliniger gestaltet, damit Kunden weniger Informationen manuell eingeben müssen. Die Kunden konnten sofort sehen, wie ihre Anforderungen für die Bestellung, wie beispielsweise das Lieferdatum, sich auf die Verfügbarkeit des Produkts auswirken würden. Durch diese Single-Page-Ansicht konnten die Kunden alles an einem Ort sehen. Das neue Kaufabwicklungsformat wurde schrittweise eingeführt.

„Einen Kaufabwicklungsprozess anzufassen, ist immer mit einem hohen Risiko verbunden, deshalb **wollten wir sicherstellen, dass wir bei der schrittweisen Einführung flexibel sind** und einen Schritt zurückgehen können, sollten wir negative Ergebnisse erhalten.“

Samantha Burge, Marketing Analytics Manager, Ferguson

Während der gestaffelten Einführung, die bei nur 5 % begann und bis zu 35 % der Kunden reichte, beobachtete das Analyse-Team die Ergebnisse genau mit mehreren Tools, darunter Decibel.

FERGUSON®
WOLSELEY

Ferguson wurde 1887 gegründet und ist der weltweit führende Fachhändler für Sanitär- und Heizungsprodukte.

Das Unternehmen betreut über 1 Million Kunden an 2.280 Standorten rund um den Globus. Es besteht aus drei Marken: Ferguson Enterprises (für die USA), Wolseley (für Großbritannien und Kanada) und William Wilson (für Schottland).

„Dank Decibel konnten wir diese Pain Points einmal wirklich in Aktion sehen. Sie können darüber von Kunden erfahren und auch den Frust in ihrer Stimme hören, aber wenn man sieht, wie die Kunden auf unserer Website klicken, falsch klicken und zwischen den einzelnen Schritten hin- und herspringen, wird das sehr anschaulich.“



Billy Colonna, Mobile Product Owner, **Ferguson**

Einsatz von Decibel zur Beseitigung von Reibung

Decibel ist eine Digital-Experience-Analyselösung, die schlechte Erfahrungen auf Websites und in Apps automatisch erkennt, aufdeckt und quantifiziert. Um die Performance der Kaufabwicklung mithilfe von Decibel effektiv beurteilen zu können, richtete das Ferguson-Team einen Kaufabwicklungstrichter ein und segmentierte Session-Wiedergaben für Kunden, die die Single-Page-Kaufabwicklung absolviert hatten. Dabei konzentrierte es sich auf Sitzungen mit langer Konzentrationsdauer und wählte Kunden aus einem vielfältigen Branchenmix aus, um eine repräsentative Stichprobe zu erhalten. Die Session-Wiedergaben zeigten, dass zwei Reibungspunkte bestehen blieben – die beide ohne Decibel niemals hätten identifiziert werden können. Diese waren:

1. Es gab zu viele Schritte für die Änderung des gewünschten Zustelldatums.

Dieses Feld wurde automatisch ausgefüllt, doch die Kunden mussten es oftmals bearbeiten, da ihre Projekte zu einem späteren Zeitpunkt begannen. In vielen Fällen bemerkten die Kunden erst nach Abschluss der Kaufabwicklung, dass sie den Abschnitt mit dem gewünschten Zustelldatum nicht ausgefüllt hatten, d. h. sie mussten zurückgehen, um die Bestellung zu bearbeiten.

2. Die Änderung der Versandadresse erwies sich als verwirrend

Wenn Kunden den Abschnitt erweiterten, um ihn zu bearbeiten, musste er erneut übermittelt werden, bevor die Bestellung fortgesetzt werden konnte. Ohne erneute Übermittlung wurde die Schaltfläche „Bestellung absenden“ ausgegraut, was zu Frust führte.

Als die oben dargelegten Erfahrungsprobleme bei der Single-Page-Kaufabwicklung bekannt wurden, setzte das Ferguson-Team die Freigabe auf 5% der Kunden zurück und nahm Änderungen vor, um diese Probleme zu beheben. Inzwischen hat die Einführung bei 50% der Kunden stattgefunden, und Ferguson überwacht die Ergebnisse weiterhin genau mit ihren Analyse-Tools.

Nachdem die Single-Page-Kaufabwicklung bei 35% der Kunden eingeführt worden war, erhielt das Team wiederholbare Ergebnisse und entdeckte wesentliche Verbesserungen

Die Konversionsrate stieg um 5%, und die Kaufabwicklungsdauer sank um 14%. Die Produkte von Ferguson sind ein wesentlicher Geschäftsbestandteil ihrer Kunden, sodass einiges an Reibung toleriert werden kann, da sich die Kunden „durchkämpfen“, um ihre Bestellungen abzuschließen. Eine Steigerung der Konversionen um 5% bedeutete einen erheblichen **Anstieg für das Team.**



5 % Steigerung
der Konversionsrate



14 % Rückgang
der
Kaufabwicklungsdauer

„Wenn wir diese Kaufabwicklungserfahrung in den nächsten Wochen vollständig live gehen lassen, gehen wir davon aus, weitere Steigerungen unserer Schlüsselziele zu sehen.“



Samantha
Burge Marketing Analytics
Manager
Ferguson

Decibel ist mehr als eine digitale Erfahrungsplattform: Es ist ein leidenschaftliches Team, das die Welt vom digitalen Frust befreien möchte. In Zusammenarbeit mit führenden Unternehmen wie Lego, Adidas und Sony entwickeln wir Technologien, die die kritische Wissenslücke schließen, wenn es darum geht, wie Unternehmen die Qualität von Online-Kundenerfahrungen messen.

Die Plattform von Decibel verarbeitet Milliarden von Datenpunkten, um automatisch negative Erfahrungen auf Websites und Apps zu ermitteln, und liefert Digitalmarketing-Teams die Erkenntnisse, die sie zur Optimierung benötigen. Die weltweit führenden Unternehmen nutzen Decibel für höhere Konversionsraten, höhere Aufmerksamkeitsquoten und eine stärkere Kundenbindung in allen ihren digitalen Angeboten.

Erfahren Sie, wie die Erfahrungsdaten von Decibel auch Ihr Geschäft grundlegend verändern können.
Weitere Informationen erhalten Sie auf decibel.com.