

Praxis-Tipp

Suche & Navigation im Online-Shop

Ein Leitfaden für Shop-Betreiber mit nützlichen Praxis-Tipps zum erfolgreichen Suchen und Finden im Online Shop.

Welches Such- und Navigationsverhalten zeigen Besucher in unterschiedlichen Onlineshops tatsächlich?

Um wissenschaftlich fundierte und gleichzeitig praxisnahe Antworten zu erhalten, hat FACT-Finder, der in Europa marktführende Anbieter von Such- und Navigationslösungen für Online-Shops, die Usability-Spezialisten eResult aus Göttingen mit einer umfassenden Studie beauftragt.

Die Studien-Ergebnisse wurden zu dem vorliegenden Praxis-Leitfaden verarbeitet.

Dieser Praxisleitfaden zeigt Shopbetreibern die Do's & Don'ts in punkto Suche und After Search Navigation und gibt darüber hinaus Tipps für die Gestaltung der Vorschlags-Funktion sowie für den optimalen Aufbau und Darstellung der Suchergebnisse.

1. Position und Gestaltung der Suchmaske

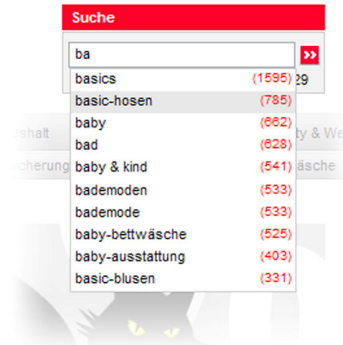
- Die Suchmaske muss sofort sichtbar im oberen Seitenbereich positioniert sein. Dabei ist es egal, ob sie sich links, mittig oder rechts befindet.
- Der Begriff „Suche“ bzw. „Suchen“ oder „Finden“ sollte als Orientierungshilfe für den Nutzer im direkten Umfeld der Eingabemaske erscheinen, also entweder als Überschrift, als Bezeichnung vor dem Eingabefeld oder Button zum Starten der Suche.
- Suchmasken mit einem gut lesbaren „LOS“-Button wurden im Vergleich am besten, Suchmasken mit einem Doppelpfeil am schlechtesten beurteilt.
- Ergänzend kann auch ein allgemein verständliches Symbol (Lupe) als Eyecatcher eingestellt werden.
- Die Suchmaske muss sich deutlich von anderen Eingabefeldern wie z.B. dem Login unterscheiden.
- Suchmasken sollten nicht „vorbefüllt“ sein. Hinweise darauf, welche Eingaben die Produktsuche verarbeiten kann (wie z.B. Bezeichnung, Bestellnummer) wünschen sich die Nutzer unterhalb und nicht innerhalb des Eingabefeldes.



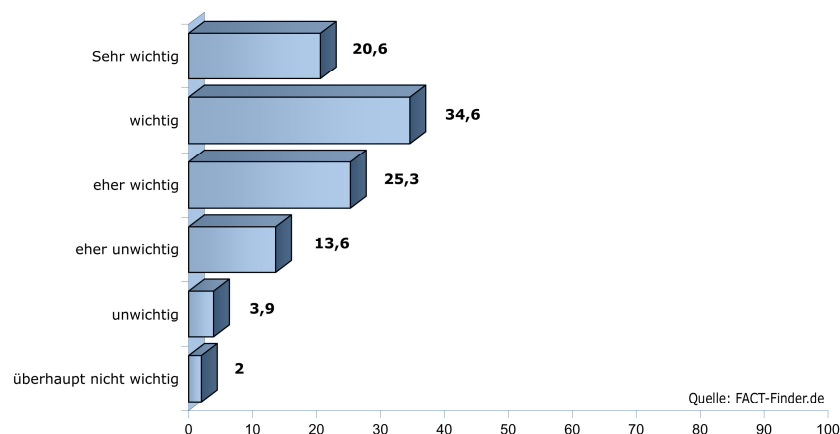
2. Suchanfrage starten / Vorschlagsfunktion

Die Vorschlags-Funktion erspart das Eintippen langer Suchbegriffe und schlägt in einer Auswahl-Box (Layer) mögliche Treffer vor, die der Shop-Besucher dann nur noch anzuklicken braucht.

- In der Auswahl-Box mit den Vorschlägen sollte jeweils die genaue Trefferanzahl genannt werden.
- Bei der Nennung der Treffermenge sollten nur Zahlen und keine Wörter verwendet werden.
- In der Vorschlagsfunktion ist auf Dopplungen (Singular und Plural) zu verzichten. Hier sollte nur ein Begriff, also z.B. Digitalkamera und nicht Digitalkameras, verwendet werden.
- Dem Nutzer müssen auch bei unterschiedlichen Schreibweisen die gleichen Vorschläge angeboten werden (z.B. bei „ss“/„ß“, Groß- und Kleinschreibung, Tipp- und Rechtschreibfehlern etc.).
- Die Vorschläge müssen sowohl mit der Maus als auch über die Tastatur (Pfeiltasten) auswählbar sein.
- Die Auswahl-Box mit den Vorschlägen sollte auch bei Bewegungen mit der Maus bestehen bleiben, damit Nutzer die Möglichkeit haben, die Vorschläge in Ruhe zu lesen.
- Die Vorschläge sollten schnell, möglichst schon nach Eintippen der ersten beiden Buchstaben des Suchwortes, in der Auswahl-Box erscheinen.



Zusätzlich zu den Ergebnissen aus dem Usability-Test wurde im Rahmen einer Nutzerbefragung quantifiziert, wie wichtig die Vorschlagsfunktion ist. Insgesamt wurden 600 Teilnehmer befragt. Mehr als die Hälfte aller User halten eine solche Web-2.0-Funktionalität für „wichtig“ oder gar „sehr wichtig“. Weitere 25 Prozent halten sie für „eher wichtig“. FACT-Finder unterstützt u.a. den Webshop von Heine mit der dynamischen Vorschlagsfunktion „Suggest“.



Wie wichtig ist eine Vorschlags-Funktion im Online-Shop? (Befragt wurden 600 Nutzer)

3. Passende Ergebnisse anzeigen

- Gibt der Nutzer den Suchbegriff anders ein als in der Datenbank des Shops hinterlegt, erwartet er trotzdem Treffer.
- Tipp- und Rechtschreibfehler, neue/alte Rechtschreibung, Abkürzungen, Wortumstellungen, Synonyme etc. sollten zu passenden Ergebnissen führen.
- Gibt es keine Treffer, muss dem Nutzer erstens eine kurze Rückmeldung gegeben werden, dass die Suche erfolglos war. Zweitens sollten konkrete Tipps bereit gestellt werden, wie die Suchanfrage erfolgreich gestaltet werden kann.
- Ergänzend ist ein Kontaktformular anzubieten, auf welchem der Nutzer dem Shopbetreiber mitteilen kann, nach welchem Produkt er erfolglos gesucht hat.

Immer etwas Besonderes

heine

Offiziell | Freizeit | Privat | Heine presents | Preishits | Beratung

Suchen

hse

1.102 Treffer

hose 430 Treffer

hose schwarz 84 Treffer

hose rot 150 Treffer

hose herren 327 Treffer

hose l-größe 88 Treffer

Hose grau 84 Treffer

hose stretch 176 Treffer

hose beige 275 Treffer

hose weiß 16 Treffer

Hose bordeaux

Suchen

Home > Suche nach "hse"

Suchergebnis filtern
Nach folgenden Kriterien können Sie das Ergebnis Ihrer Suchanfrage einschränken:

- Für wen?
 - Damen (796)
 - Herren (189)
 - Mädchen (32)
 - Jungen (20)
 - Kinder (1)
- Shop
 - Fashion & Lifestyle (183)
 - Apart (106)
 - Eddie Bauer (93)
 - Alba Moda (70)
- Kategorie
 - Hosen (533)
 - Sonstige Hosen (158)
 - Anzüge (65)
 - 7/8 Hosen (49)
 - Sonstige Blusen (27)
- Preis

Ihre Suchergebnisse
Diese Artikel haben wir für Sie gefunden!

Ihre Suche nach "hse" ergab 1082 Treffer.

Sortieren nach Beste Ergebnisse

Seite 1 von 68 Weiter >> Gehe zu Seite 1 >>

Warenkorb
Ihr Warenkorb ist leer.
Warenkorb

Login
Bitte melden Sie sich an:
Kundennummer
Geburtsdatum
Format: TT.MM.JJJJ
Anmelden

Neu bei Heine?
Vorteile entdecken

Newsletter abonnieren
Bitte melden Sie sich an:
E-Mail eintragen
Abschicken

Hose, CFL
~~ab € 14,90~~
jetzt ab € 9,00

Hose, Miss Petrolio
ab € 29,00

Hose
ab € 44,90

Hose
ab € 44,90

Hose, S+U-Größen
ab € 50,90

Hose, Simone Hertwig
ab € 64,90

Hose, melrose
ab € 29,99

3/4 Hose, Esther Lorber
ab € 49,90

4. Listendarstellung vs. Galeriedarstellung

- Im Test zeigte sich, dass die Umschaltmöglichkeit (Liste/Galerie) den meisten Probanden nicht geläufig war.
- Die Möglichkeit zum Umschalten wurde nach dem expliziten Hinweis jedoch positiv beurteilt.
- Die Umschaltfunktion sollte im oberen Seitenbereich platziert sein.
- Werden verschiedene Ansichten angeboten, muss dem Nutzer verdeutlicht werden, welche gerade aktiv ist und welche anderen Möglichkeiten ihm sonst noch zur Verfügung stehen.
- Bei der Listendarstellung erzielten die oberen Suchergebnisse die höchste Aufmerksamkeit.
- Bei der Galeriedarstellung verteilte sich die Aufmerksamkeit gleichmäßig auf die angezeigten Treffer.
- Zur besseren Übersicht sollte zwischen den Treffern genügend Abstand gelassen werden.



5. After Search Navigation - Filtermöglichkeiten

- Werden Filtermöglichkeiten wie im unteren Beispiel, im linken Seitenbereich angeboten, dann sollten hier keine weiteren Navigationselemente (z.B. Rubriken) angeboten werden.
- Falls mehr Auswahlmöglichkeiten zur Verfügung stehen als im linken Seitenbereich dargestellt werden können, muss dies dem Nutzer verdeutlicht werden, z.B. über einen Link „mehr anzeigen“ in Verbindung mit einem Plus-Symbol (+).
- Neben den Filtern sollte die Anzahl der hinterlegten Treffer erscheinen. Nutzern wird so die Funktion eines Filters stärker verdeutlicht.
- Filtermöglichkeiten müssen gut lesbar sein.

Suchergebnis filtern
Nach folgenden Kriterien können Sie das Ergebnis Ihrer Suchanfrage einschränken:

- **Für wen?**
 - Damen (796)
 - Herren (189)
 - Mädchen (32)
 - Jungen (20)
 - Kinder (1)
- **Shop**
 - Fashion & Lifestyle (183)
 - Apart (106)
 - Eddie Bauer (93)
 - Alba Moda (70)
 - weitere...
- **Kategorie**
 - Hosen (533)
 - Sonstige Hosen (158)
 - Anzüge (65)
 - 7/8 Hosen (49)
 - Sonstige Blusen (27)
 - weitere...

Ihre Suchergebnisse
Diese Artikel haben wir für Sie gefunden!

Ihre Suche nach "hse" ergab **1082** Treffer.

Sortieren nach **Beste Ergebnisse**

Seite 1 von 68 **Weiter** Gehe zu Seite

Hose, CFL ab € 14,00 **jetzt ab € 9,00**

Hose, Miss Petrolio ab € 29,00

Hose ab € 44,90

Hose ab € 44,90

Hose, S+U-Größen ab € 50,90

Hose, Simone Hertwig

Hose, melrose

3/4 Hose, Esther Lorber

6. After Search Navigation - Filter wieder aufheben

Wird eine gefilterte Trefferliste angezeigt, so sind mehrere Möglichkeiten den Filter wieder aufzuheben sinnvoll:

- Direkt beim Filter: Wurde der Filter beispielsweise am linken Seitenrand angeboten, muss er dort auch wieder deaktiviert werden können.
- Oberhalb der Trefferliste: An dieser Stelle erhält der Nutzer Informationen über die Anzahl der Treffer und den gewählten Suchbegriff. Ist beim aktuellen Ergebnis ein Filter gesetzt, dann sollte es an dieser Stelle auch eine Möglichkeit zur Deaktivierung geben.

Anhang: Eckdaten zum Usability-Test:

Testmethode:	Multimethoden-Ansatz (Verhaltensbeobachtung, fokussierte Interviews, Protokolle lauten Denkens, Eyetracking).
Erhebungs-Zeitraum:	29.08. bis 30.08.2007 (90 Minuten pro Testperson).
Erhebungs-Ort:	Göttingen, Usability-Lab eResult GmbH (www.eresult.de).
Stichprobengröße:	8 Testpersonen (4 Frauen, 4 Männer), angelehnt an die AGOF-Daten (August 2007) zur soziodemografischen Struktur der deutschen Internet-Nutzer (Bildungsabschluss, Alter, Haushaltsgröße).
Hardware-Komponenten:	Handelsüblicher PC, 1074 x 768 Auflösung, Netzanbindung: DSL (Standard), IE Explorer 6.0 mit Screen-Cam Camtasia und Eyetracker Erica mit der Analyse-Software Gazetracker.

Über FACT-Finder:

FACT-Finder ist europäischer Marktführer für Produktsuche und Navigation in Online-Shops. Die fehlertolerante High-End-Lösung arbeitet sprachenunabhängig und kommt deshalb auch international immer mehr zum Einsatz. FACT-Finder ist leicht zu integrieren und läuft nahezu wartungsfrei. Alle Einstellungen und Aktualisierungen können am laufenden System vorgenommen werden. Je nach Sortiment verzeichnen Webshop bereits kurz nach Einbau Umsatzsteigerungen bis zu 25 Prozent. Das hochperformante System steht auch als ASP-Lösung zur Verfügung und bietet Zugriff über alle gängigen Programmier-Schnittstellen wie Java, C, .NET und PHP. Weitere Informationen unter www.fact-finder.de

Ansprechpartner zur Fact-Finder Produktsuche:

Dr. Burkhard Schäfer
burkhard.schaefer@omikron.net
Tel.: +49 7231/12597-201