

In 4 Schritten zum optimierten Shopify Shop

2.418% höherer Tagesumsatz an Black Friday¹ oder pro Sekunde Ladezeit ein Conversion-Verlust von 7 %?² Eine dieser Zahlen willst du unbedingt, die andere auf gar keinen Fall erreichen. Um Kunden in ihrer Kauflaune zu erwischen und deine Conversion dauerhaft zu maximieren, solltest du deinem Shop einen kleinen Boost verschaffen.

In unserem **Guide** geben wir dir konkrete Tipps und App-Empfehlungen, damit du so viele Produkte, wie möglich, verkaufst und deinen Umsatz enorm in die Höhe treiben kannst.

Dieser 4-Schritte-Plan eignet sich hervorragend für die Zeit vor den Saisonstarts, wie Ostern oder Black Friday, denn da sind die Menschen besonders in Kauflaune.

Dein 4-Schritte-Plan beinhaltet folgende Themen:

- Grundlagen prüfen - *Checkliste für einen optimierten Shop*
- Speed und Performance - *Verkürze deine Ladezeit, um mehr zu verkaufen*
- Die perfekte Produktseite - *Wie du auf den ersten Blick überzeugst*
- Event-Charakter durch passende Angebote - *Rabatte, Gutscheine, Bundling?*

Vorab kannst du mit dieser Checkliste überprüfen, ob dein Shop die Grundlagen eines optimierten Shops erfüllt und du unsere Tipps einfach und problemlos umsetzen kannst.

¹ Vgl. *Black Friday: Zahlen und Fakten*, unter: <https://black-friday.global/de-de/>, abgerufen am 10.10.19

² Vgl. *Speed means Sales*, unter: <https://www.section.io/blog/speed-means-sales>, abgerufen am 06.04.20

Checkliste - Grundlagen eines optimierten Shops

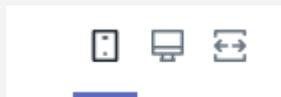
Die folgenden Punkte sollte dein Shop als Voraussetzung für eine gute Weihnachtssaison und weitere Optimierungen erfüllen.

In Klammern findest du jeweils einen kurzen Hinweis zur Umsetzung der Punkte in Shopify.

Professioneller Auftritt durch ansprechendes Design und konsistente

Kommunikation:

- ❑ Mindestschriftgröße von 14px, sinnvolle Hierarchien, einheitliche Farben, die ausreichend Kontrast ermöglichen und nicht zu viele Schriftarten/-typen.
(**Theme Editor** → [Themeeinstellungen](#))
- ❑ Konsequenter Gebrauch von klaren CTAs und Botschaften, welche konsistent im ganzen Shop sind.
- ❑ Mobile-First: richte die Theme-Inhalte am besten in der mobilen Ansicht des Shopify Live Editors ein. So stellst du sicher, dass der meiste Traffic deinen Shop optimal wahrnimmt. (**Theme Editor** → **Mobile Sicht in oberer Leiste**)



- ❑ Übersichtliche Gestaltung der Texte mit Bullet Points und kurzen Paragraphen und knackigen Inhalten ([Rich Text Editor von Shopify](#))
- ❑ Klare und sinnvolle Versandpreis-Kommunikation auf Produktseite, Versandinfo-Seite, FAQ, Warenkorb und Checkout
 - ❑ Allgemeine, sich wiederholende Inhalte pflegst du je nach Theme meist in den [Spracheinstellungen](#) des Themes ein. Hier findest du wahrscheinlich die Formulierungen für den Versandhinweis auf der Produktseite, der Warenkorbseite und ggf. im Kassensbereich.
 - ❑ Die Versandinfo-Seite wird in der Regel als „rechtliche“ Seite in Shopify angelegt. Diese können in den Einstellungen deines Shops angelegt werden ([siehe hier](#)).

Hast du Fragen oder brauchst Hilfe? [Dann melde dich bei uns!](#)

- ❑ Benachrichtigungen zu Rechnungen, Versand und Lieferung mit Logo und Corporate-Identity-Farben ([können in den Shopify Einstellungen angepasst werden](#))
- ❑ Header beinhaltet Kontaktmöglichkeiten, Logo, Warenkorb, Alleinstellungsmerkmal (**die Gestaltungsmöglichkeiten hängen von deinem ausgewählten Theme ab. Über eine [Banner-App](#) könntest du unabhängig vom Theme eine zusätzliche Kopfleiste hinzufügen.**)
- ❑ Menü und Navigation mit nicht zu vielen Navigationspunkten auf dem 1. Level (i.d.R. maximal 7 Navigationspunkte) ([hier findest du nochmal eine Erinnerung, wie du deine Navigation bearbeitest](#))
- ❑ In den Footer kommen außerdem alle Kontaktmöglichkeiten, Zahlung und Versand, Social Media, FAQ, Zahlungsmethoden, Trust Siegel ([hier findest du nochmal eine Erinnerung, wie du deine Navigation bearbeitest](#))
- ❑ Startseite beinhaltet Testimonials, Bilder oder Videos von deinen Produkten im Gebrauch und die Alleinstellungsmerkmale deines Angebots (**Theme Editor -> [Abschnitte](#)**)
- ❑ Filterbare Kategorieseiten mit Pagination nach 20 Produkten mit farblich stimmigen Badges, Subkategorien und Sortierfunktion (**die Gestaltungsmöglichkeiten hängen von deinem ausgewählten Theme ab. Über eine [Such-App](#) könntest du unabhängig vom Theme eine eigenständige Kategorieseite hinzufügen.**)

Vertrauenserweckender Warenkorb: (die Einstellungsmöglichkeiten deiner Warenkorbseite sind vom Theme abhängig. Du kannst die Einstellungen aufrufen, indem du den Themeeditor öffnest und innerhalb des Editors zum Warenkorb navigierst.)

- ❑ Eigene übersichtliche Seite für den Warenkorb
- ❑ Lediglich AGB-Hinweis statt einer Checkbox
- ❑ „Hinweis an den Verkäufer“-Textbox ausblenden außer es macht für deinen Shop Sinn
- ❑ Schloss-Icon auf „Add to cart“-Button schafft ein zusätzliches Sicherheitsgefühl
- ❑ Wichtige Produktinformationen (Größe, Menge) werden angezeigt und können geändert oder gelöscht werden
- ❑ Gesamtzahl der Produkte, Einzel- und Summenpreise der Produkte werden angezeigt

Hast du Fragen oder brauchst Hilfe? [Dann melde dich bei uns!](#)

- ❑ Texte und Formulierung möglichst informativ gestalten (**Allgemeine, sich wiederholende Inhalte pflegst du je nach Theme meist in den [Spracheinstellungen](#) des Themes ein**)
 - ❑ Klare und deutlich aufgelistete Bezahlmethoden
 - ❑ Hinweis zur Umtauschregelung oder dem Rückgaberecht
 - ❑ Aktiv zur Kontaktaufnahme aufrufen, falls Fragen über den Kauf unklar sind

Möglichst simpel gestalteter Checkout/Kassenbereich

- ❑ Kauf ohne Kundenkonto ermöglichen ([Kundenkonten deaktivieren oder als optional markieren](#))
- ❑ Logo und Corporate-Identity-Farben im Kassenbereich hinterlegen (**Theme Editor** → [genaue Erklärung findest du hier](#))
- ❑ Sinnvolle Versandregeln und aussagekräftige Namen für Versandmethoden (**statt "Expressversand" lieber "DHL Express - 1 Werktag" → [hier geht es zur Anleitung](#)**)
- ❑ AdressLabel1 in "Straße und Hausnummer" umbenennen
- ❑ Googly Analytics Pixel und Facebook Pixel sind eingebaut (**Anleitung zum [Pixel](#) und zu [Google Analytics](#)**)

Alles startklar? Weiter geht es mit "Speed und Performance"!

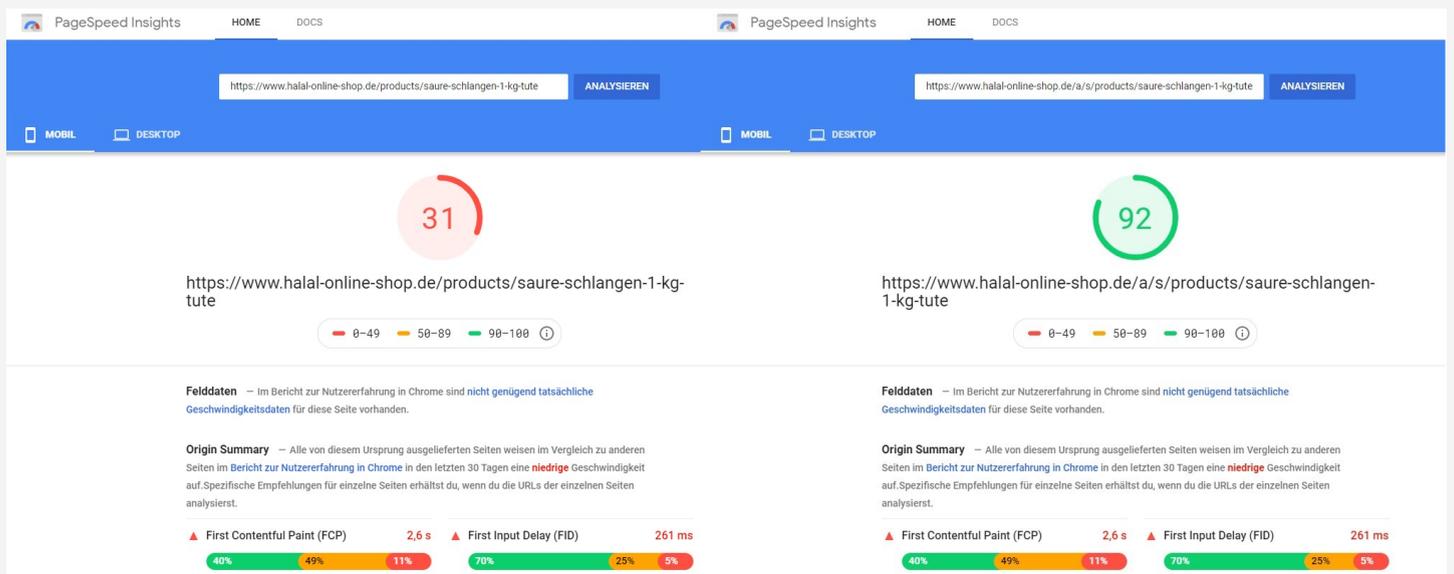
Solltest du jetzt schon wissen, dass du einen Boost brauchst und unsere kommenden Tipps lieber von uns implementiert haben möchtest, dann [melde dich](#).

Speed und Performance - Verkürze deine Ladezeit, um mehr zu verkaufen

Gerade für die mobile Ansicht ist die Ladegeschwindigkeit deines Shopify Shops besonders wichtig. Was auf dem Desktop super aussieht, wirkt auf dem Smartphone grauenhaft und verursacht lange Wartezeiten.

Im Hinblick auf Hochsaisons, wie Black Friday oder Weihnachten, ist das natürlich nicht wünschenswert, denn 60% aller Käufe werden allein am besagten Freitag über das Smartphone getätigt.³ Wenn ausgerechnet dann das Aufrufen der Website zu gravierenden Problemen und enormen Ladezeiten führt, schreckt es viele Kunden ab.

Meistens stehen die Zahlen beim [PageSpeedInsights-Test](#) auf rot, d.h. sie liegen zwischen 0-49%. Doch es gibt so einige Tricks, um dem entgegenzuwirken und die Usability für deine Kunden zu verbessern. Wir haben es getestet und verraten dir, wie auch du es schaffen kannst so ein Vorher-Nachher-Ergebnis zu erzielen und deinen Speedtest in den grünen Bereich zu katapultieren:



³ Vgl. *Black Friday: Zahlen und Fakten*, unter: <https://black-friday.global/de-de/>, abgerufen am 21.10.19

1. Bilder komprimieren

Zuallererst sollte geklärt werden, welches Dateiformat im Allgemeinen verwendet wird. Wenn du qualitativ hochwertige und komplexe Grafiken veranschaulichen möchtest, eignet sich dafür immer ein PNG-Format. Der Nachteil ist allerdings, dass diese Dateien groß sind und somit deine Ladezeit verlangsamen.

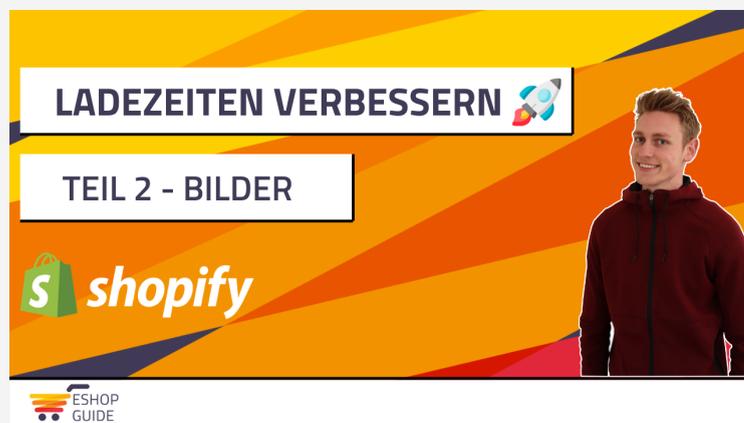
Um deine Performance zu verbessern, solltest du auf JPG-Formate zurückgreifen. Beim Komprimieren und Umwandeln von Bildern in JPG werden bestimmte Bildinformationen gelöscht und das Bild verliert ein wenig an Qualität. Nichtsdestotrotz ist die Auflösung nach wie vor sehr gut und für die mobile Ansicht deines Onlineshops mehr als ausreichend.

Bilder in JPG-Format brauchen viel weniger Zeit zum Laden und ermöglichen es deinen Kunden deinen Shop schneller zu erreichen.

Vorgehensweise unseres Shopify Expertenteams:

1. [Suche im Shopify App Store nach Image Compression Apps](#)
2. Wende die App an.
3. Auch wenn die Komprimierung nur wenige Bytes betrifft, hat es in der Summe gesehen einen hohen prozentualen Einsparungswert.

- ★ Für weitere Tipps zum Thema Bilder komprimieren schau dir unser YouTube Video [„Shopify Shop Speed optimieren - Teil 2: Bilder“](#) an.



2. Lazy Loading

Bilddateien scheinen der Hauptgrund für die lange Wartezeit zu sein. [Außer dem Komprimieren gibt es noch die Möglichkeit des Lazy Loadings.](#)

Diese Funktion ist gerade für Websites mit vielen Bildern vorteilhaft. Fotos und Bilder, die *below-the-fold*, also im nicht auf den ersten Blick sichtbaren Bereich der Website auftauchen, werden nicht beim Aufruf des Shops geladen, sondern erst, wenn man dahin scrollt. Dies hat natürlich den Vorteil, dass deine Seite schneller lädt und Fotos nur bei Bedarf anzeigt.

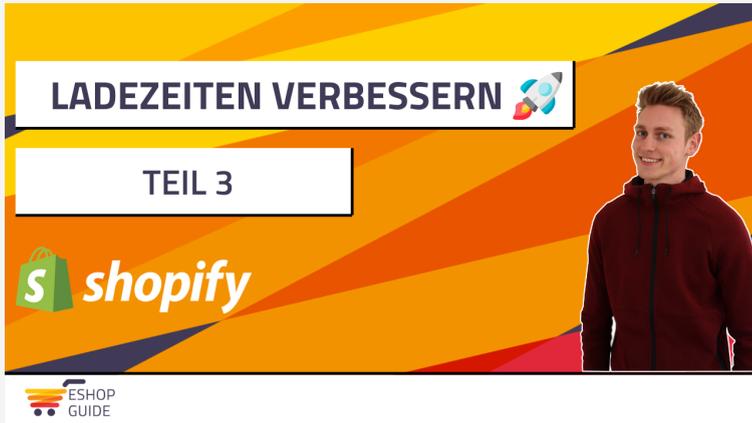
Vorgehensweise unseres Shopify Expertenteams:

1. Prüfe, ob dein Theme bereits Lazy Loading integriert hat. Falls du den unten abgebildeten Hinweis „Nicht sichtbare Bilder aufschieben“ im Speedtest siehst, hat dein Theme KEIN Lazy Loading integriert.
2. Falls nein, integriere die Lazy Loading Funktion im Theme Code. Dies ist in der Regel nur durch einen Entwickler zu erledigen.

Empfehlungen — Mithilfe diese Empfehlungen lässt sich die Ladezeit Ihrer Seite möglicherweise verkürzen. Sie haben keinen **direkten Einfluss** auf die Leistungsbewertung.

Empfehlung	Geschätzte Einsparung																					
<p>▲ Nicht sichtbare Bilder aufschieben</p> <p>Wenn Sie nicht sichtbare und versteckte Bilder erst laden lassen, nachdem alle wichtigen Ressourcen geladen wurden, können Sie die Zeit bis zur Interaktivität reduzieren. Weitere Informationen.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>URL</th> <th>Größe</th> <th>Mögliche Einsparungen</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> ...products/1884_Product_1080x.jpg?v=157... (cdn.shopify.com)</td> <td>38 KB</td> <td>38 KB</td> </tr> <tr> <td> ...products/1882_Product_300x.jpg?v=157... (cdn.shopify.com)</td> <td>36 KB</td> <td>36 KB</td> </tr> <tr> <td> ...files/WhatsApp_...29.53_300x.jpg?v=157... (cdn.shopify.com)</td> <td>31 KB</td> <td>31 KB</td> </tr> <tr> <td> ...products/1884_Product_300x.jpg?v=157... (cdn.shopify.com)</td> <td>28 KB</td> <td>28 KB</td> </tr> <tr> <td> ...products/1885_Product_300x.jpg?v=157... (cdn.shopify.com)</td> <td>22 KB</td> <td>22 KB</td> </tr> <tr> <td> ...products/1883_Product_300x.jpg?v=157... (cdn.shopify.com)</td> <td>14 KB</td> <td>14 KB</td> </tr> </tbody> </table>	URL	Größe	Mögliche Einsparungen	 ...products/1884_Product_1080x.jpg?v=157... (cdn.shopify.com)	38 KB	38 KB	 ...products/1882_Product_300x.jpg?v=157... (cdn.shopify.com)	36 KB	36 KB	 ...files/WhatsApp_...29.53_300x.jpg?v=157... (cdn.shopify.com)	31 KB	31 KB	 ...products/1884_Product_300x.jpg?v=157... (cdn.shopify.com)	28 KB	28 KB	 ...products/1885_Product_300x.jpg?v=157... (cdn.shopify.com)	22 KB	22 KB	 ...products/1883_Product_300x.jpg?v=157... (cdn.shopify.com)	14 KB	14 KB	<p>1,03 s ^</p>
URL	Größe	Mögliche Einsparungen																				
 ...products/1884_Product_1080x.jpg?v=157... (cdn.shopify.com)	38 KB	38 KB																				
 ...products/1882_Product_300x.jpg?v=157... (cdn.shopify.com)	36 KB	36 KB																				
 ...files/WhatsApp_...29.53_300x.jpg?v=157... (cdn.shopify.com)	31 KB	31 KB																				
 ...products/1884_Product_300x.jpg?v=157... (cdn.shopify.com)	28 KB	28 KB																				
 ...products/1885_Product_300x.jpg?v=157... (cdn.shopify.com)	22 KB	22 KB																				
 ...products/1883_Product_300x.jpg?v=157... (cdn.shopify.com)	14 KB	14 KB																				

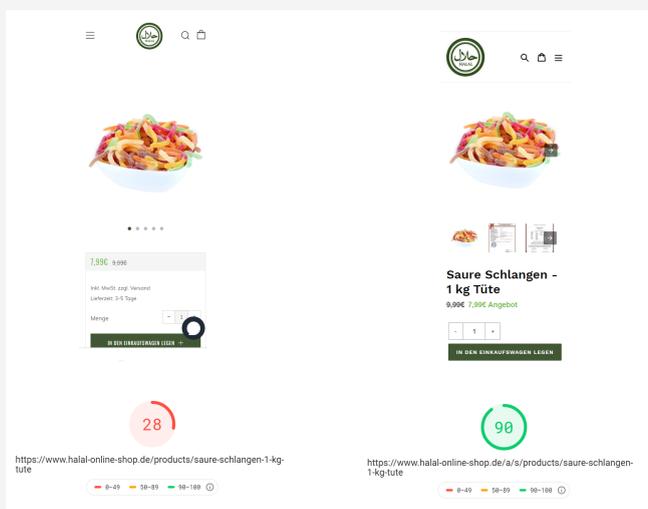
- ★ Für weitere Tipps zum Thema Lazy Loading schau dir unser YouTube Video [„Shopify Shop Speed optimieren - Teil 3“](#) an.



3. AMP-Seiten

[Die unter Google laufenden Accelerated Mobile Pages sind Seiten, die dazu dienen, Traffic einzufangen und Usern Websiteinhalte schneller zur Verfügung zu stellen.](#) Die wichtigsten Bestandteile einer AMP-Seite werden auf ein Google Netzwerk geladen und bei Bedarf von dort schnell abgerufen.

AMP-Seiten lassen sich einfach über eine App erstellen. In den Suchmaschinenergebnissen werden diese durch dieses Zeichen  dargestellt. Sobald der Kunde darauf klickt, gelangt er auf eine abgespeckte Version deiner Website mit Google-URL. Sollte er den Produktkauf fortsetzen wollen, wird er automatisch nach dem Klick auf den "in den Warenkorb legen"-Button zu deinem originalen Onlineshop geleitet.



Der Vorteil von AMP-Seiten ist, dass sie alle Bilder direkt auf Displaygröße anpassen und Lazy Loading integriert haben. Durch die Schnelligkeit der Seite und den Wiedererkennungswert durch das AMP-Symbol dienen sie deinem Shop als Eintrittspunkt aus den Suchmaschinenergebnissen, was dazu führt, dass sich deine Absprungrate verringert.

Vorgehensweise unseres Shopify Expertenteams:

1. [Suche im Shopify App Store nach einer AMP App](#)
2. Installiere die App & passe sie soweit es geht an dein Theme an.
3. Beachte, dass dabei nicht immer alle Funktionen deines Onlineshops mit eingebaut werden können (z.B. Grundpreise). Sprich in dem Fall mit dem Support der App. In vielen Fällen sind die App-Anbieter bereit diese Funktionen individuell deinen AMP-Seiten hinzuzufügen.
4. Teste, ob die AMP-Seiten wie gewünscht funktionieren und du die anderen Seiten deines Shops von dort auch weiterhin erreichen kannst.

4. Apps ausmisten

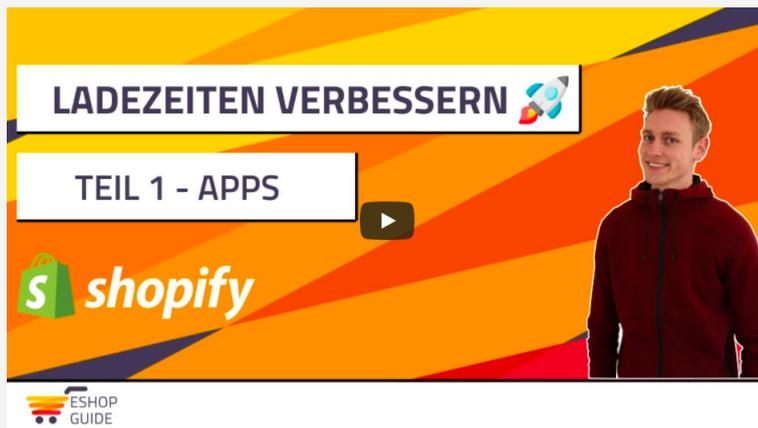
Jeder Onlinehändler kennt es: Mal hat man hier etwas ausprobiert und installiert, mal da deinstalliert und erneut installiert. So sammelte sich über Jahre Vieles an. Doch Apps, die man mittlerweile nicht mehr nutzt, schlummern immer noch in einer Ecke rum. Daher solltest du ordentlich ausmisten.

Lösche Apps, die du nicht mehr brauchst. Auch wenn sie nicht in Gebrauch sind, wird deine Ladegeschwindigkeit beansprucht. Genauso verhält es sich mit vermeintlich deinstallierten Apps. Im Code stecken immer noch Restfragmente, die man nicht direkt erkennt.

Vorgehensweise unseres Shopify Expertenteams:

1. Schau in die Übersicht deiner Apps. Lösche die Apps, die du nicht mehr brauchst.
2. Schauen in deinen Themecode und prüfe, ob von den gelöschten Apps noch Restfragmente übrig geblieben sind.
3. Lösche ebenfalls Restfragmente, die nicht in den Code passen oder die von deinstallierten Apps übrig geblieben sind

- ★ Für weitere Tipps zum Thema Ladezeiten verbessern schau dir unser YouTube Video [„Shopify Shop Speed optimieren - Teil 1“](#) an.



Fazit

Einige der Anpassungen sind natürlich stark Kundenabhängig. Je nachdem, welches Theme du benutzt, kann beispielsweise das Lazy Loading bereits integriert sein. Dennoch lohnt sich der Blick in das Theme bzw. den Code, denn wenn das Pagespeed Ergebnis von roten **25%** auf grüne **90%** ansteigen kann, dann ist es alle Mühe wert.

Gerne helfen wir dir dabei deine Performance zu verbessern und dich startklar für Kundenanstürme zu machen. [Melde dich bei uns und wir schauen, was sich machen lässt!](#)

Die perfekte Produktseite - Wie du auf den ersten Blick überzeugst

Je nach Theme gibt Shopify ein bestimmtes Design bzw. eine bestimmte Anordnung deiner Produktseite vor. Doch mit ein paar kleinen Tricks kannst du aus der Masse rausstechen und deinen Kunden Produktseiten zeigen, die das gewisse Etwas haben.

Dadurch verbesserst du zum einen die Usability und zum anderen überzeugst du deine Kunden mit deinem eigenen Touch. Das ist natürlich sehr wichtig, denn die Produktseite entscheidet über den erfolgreichen Kauf deiner Produkte.

Mit ein bisschen Mühe erstellst du einen Shopify Shop, der bei Besuchern besser ankommt und nicht wie jeder x-beliebige Onlineshop aussieht.

Eine „gewöhnliche“ Produktseite beinhaltet folgende Dinge, die zur Basisausstattung von Shopify gehören:

- Produktfotos
- Produktbeschreibung
- Produktpreis
- "Add-to-cart"-Button
- Informationen zu Versand, Lieferzeiten und Kosten

Aber du kannst deiner Produktseite noch viel mehr Funktionen hinzufügen, wofür es 3 unterschiedliche Herangehensweisen gibt. Was du mit den 3 Wegen umsetzen kannst und wie du es machst, stellen wir dir in hier vor.

1. Produktseite mit Apps optimieren

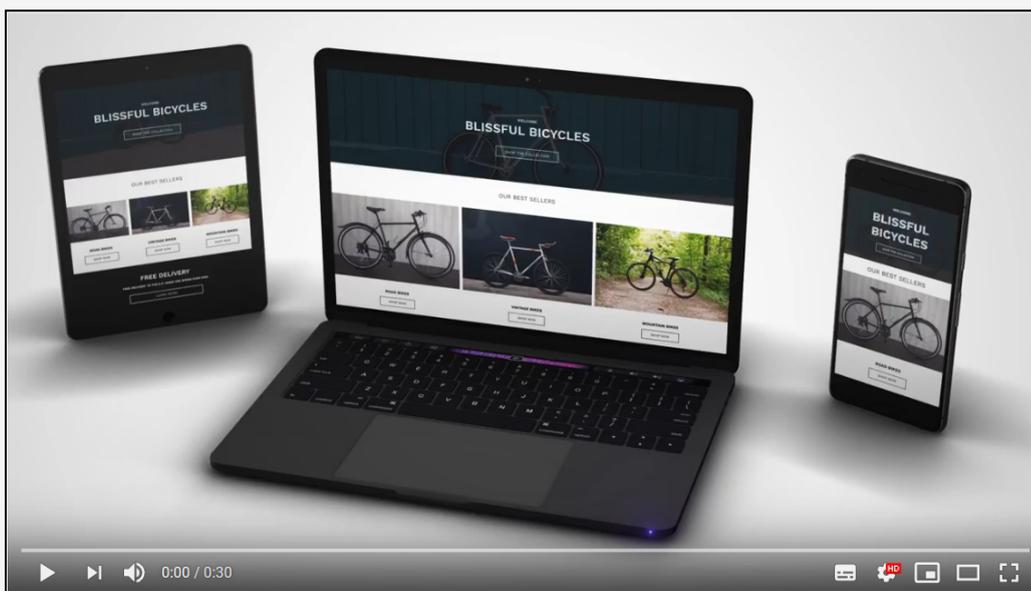
Shopify bietet mit seinem Konzept viele Freiheiten, doch leider lässt sich mit der Basisausstattung der Plattform nicht alles umsetzen. Jedoch ermöglicht dir der Shopify App Store deiner Fantasie freien Lauf zu lassen.

Landing Page Builder Apps können Fluch und Segen sein

[Unter den Designern und Bastlern sind Landing Page Builder Apps sehr beliebt.](#) Wenn du also ein klares Design vor Augen und Zeit und Lust am Ausprobieren hast, ist das vermutlich die beste Lösung für dich. Mit einer Landing Page Builder App kannst du die ursprüngliche Anordnung der Produktseite komplett verändern. Du kannst dein Produktbild statt auf der linken Seite, in der Mitte oder rechts positionieren und genauso mit den beschreibenden Texten und Buttons verfahren.

Die Apps bieten dir vorgefertigte Element, die du per Drag & Drop einfach auf deine entsprechende Produktseite ziehen kannst. Mit Landing Page Builder Apps lassen sich viele weitere Funktionen integrieren, wie beispielsweise 360 Grad Produktansichten und Produktvideos.

[Unser Shopify-Expertenteam empfiehlt als Landing Page Builder App „Shogun“.](#) Jedoch findest du im Shopify App Store weitere Apps mit gleicher Funktion.



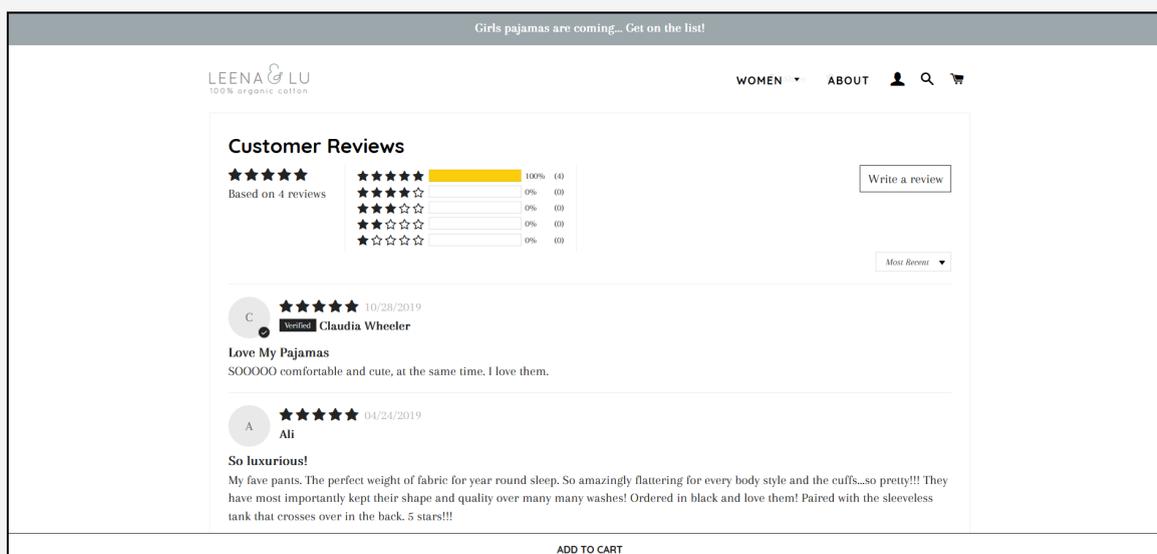
Generell gesehen sind dir keine Grenzen mit einer Landing Page Builder App gesetzt. Das einzige, was du investieren musst, ist Zeit und Geld. Dadurch, dass dir die App so viele Möglichkeiten bietet und man sehr vieles ausprobieren kann, geht es allerdings schnell ins Portemonnaie.

Auf Produktinformationen spezialisierte Apps helfen dir gezielt zu optimieren

Wenn du lieber nicht am kompletten Aufbau und Design deiner Shopify Produktseite spielen möchtest, weil du ganz konkret weißt, was dir fehlt, dann bieten sich auf deine Wünsche spezialisierte Apps an.

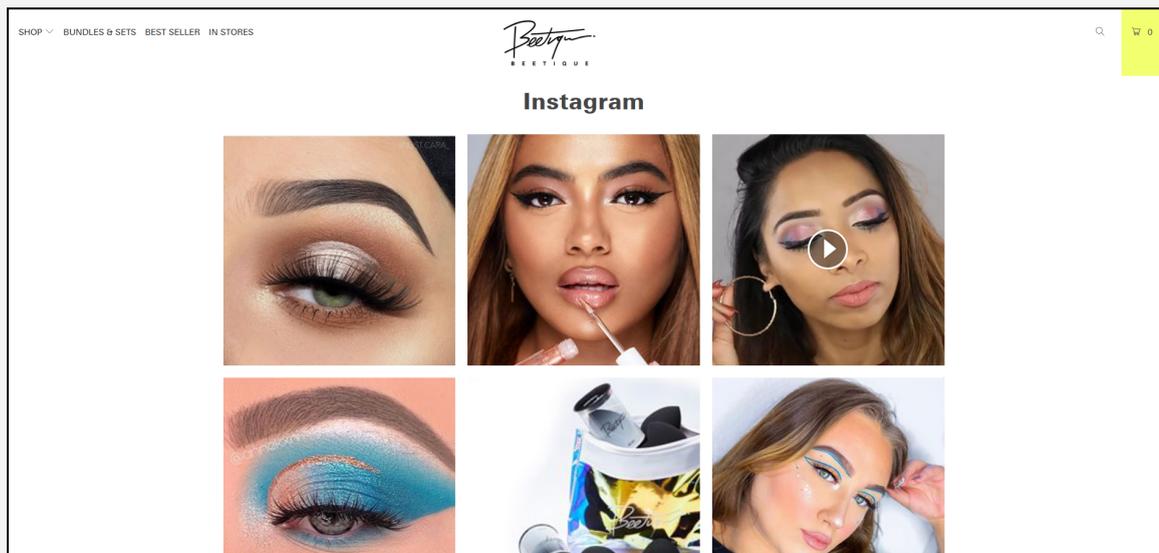
[Wenn dein Produkt zum Beispiel eine längere Beschreibung braucht, dann greife auf Product Tabs Apps zurück.](#) Mit diesen kannst du deinen Produktseiten unterschiedlich viele Tabs hinzufügen und die Informationen darin für deine Kunden bereitstellen. So sieht deine Produktseite nicht überladen, sondern schön aufgeräumt aus und fördert die Interaktion der Kunden mit deinem Shop.

Produktbewertungen dürfen auf deiner Produktseite natürlich nicht fehlen. Diese kannst du ebenfalls über eine App in deinem Shopify Shop einpflegen. Die App ermöglicht es dir deine bestehenden Bewertungen innerhalb weniger Minuten zu importieren und teilt deine unterschiedlichen Rezensionen auf allen deinen sozialen Medien. **[Suche dafür einfach im Shopify App Store nach Product Reviews und du erhältst eine Vielzahl passender Apps.](#)**



Hast du Fragen oder brauchst Hilfe? [Dann melde dich bei uns!](#)

User Generated Content gehört heutzutage wohl genauso zu einem Produkt wie die Produktbeschreibung, -bilder und Kundenbewertungen. Es ist enorm wichtig. **Ist dein Produkt also instagrammable, dann kannst du relativ einfach mit Hilfe einer entsprechenden App eine Instagram Gallery auf deiner Produktseite anzeigen.** Je nach App kannst du die Fotos sogar nach Tags filtern. Nach der Installation sagst du der App einfach, wo sie angezeigt werden soll. Ggf. musst du einen kleinen Code-Snippet einfügen - dabei hilft dir jedoch der App Support.



Stöbere einfach im Shopify App Store und schaue, ob du Apps für deine Bedürfnisse findest.

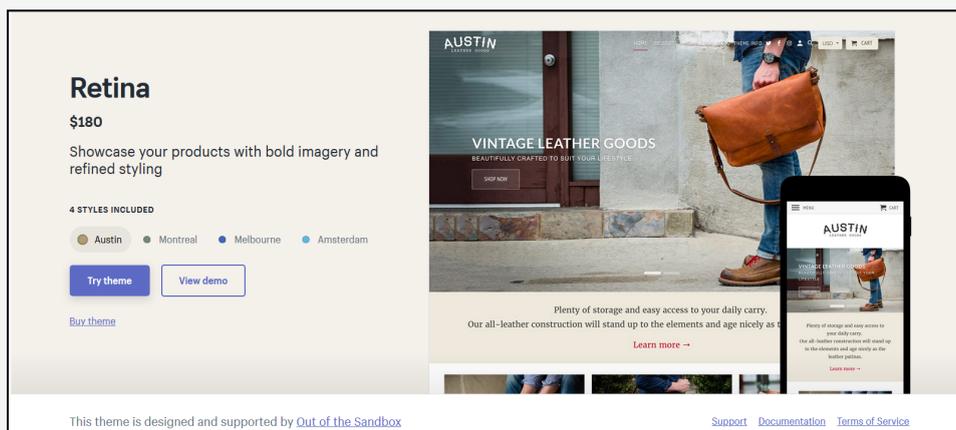
2. Nutze alternative Produkttemplates im Theme

Je nach Theme ist es möglich Funktionen zu nutzen, die nicht in der Basisausstattung von Shopify verfügbar sind. Wenn du also von vornherein weißt, dass du Produktvideos eingebettet haben möchtest, dann solltest du nach Themes schauen, die diese Funktion integrieren. Meistens geschieht dies über ein alternatives Produkttemplate.

Ein alternatives Produkttemplate beinhaltet viele weitere Funktionen, jedoch verfügt nicht jedes Theme über ein weiteres Template. [Unser Shopify-Expertenteam empfiehlt daher die Themes von Out of the Sandbox \(OOTS\)](#). Die sogenannten product.details Templates von OOTS bieten u.A. folgende Funktionen, die in der Basisausstattung von Shopify nicht enthalten sind:

- Rich text
- Image gallery, Image with Text, Image with Text Overlay
- Contact form
- Video
- Page
- Map
- u.v.m.

Mit den product.details Templates kannst du kleine Anpassungen an deinen Produktseiten vornehmen. Es ermöglicht dir mit relativ wenig Aufwand deine Seite individuell zu gestalten.



Falls du kein OOTS Theme nutzt, empfiehlt unser Shopify-Expertenteam bei deinem Theme-Hersteller nach passenden Möglichkeiten zu fragen.

2. Lasse deine Produktseite individuell anpassen

Zu guter Letzt bleibt dir bei sehr speziellen und individuellen Wünschen immer noch die Option einer Codeanpassung. Im Themecode lassen sich so gut wie alle Sachen individuell gestalten, bedürfen aber zeitgleich auch einem gewissen Know-How.

Wende dich daher an einen Shopify-Experten oder Entwickler, der dir die Arbeit abnimmt und deine Produktseiten nach deinen Vorgaben für dich erstellt.

[Falls du eine konkrete Idee hast und einen Experten suchst, dann melde dich bei uns und wir schauen, wie wir deine Wünsche umsetzen.](#)

Fazit

Du siehst, das Gestalten einer individuellen Produktseite läuft nicht immer auf kompliziertes Coding hinaus. Mittlerweile gibt es für Vieles eine geeignete App, du musst einfach nur ein bisschen Stöbern. Auch in unserer [Facebook-Gruppe "Shopify Deutschland, Österreich, Schweiz"](#) kannst du die Community nach App-Empfehlungen fragen. Vielleicht hatte ja jemand genau das gleiche vor, wie du und kann dir einen Rat geben.

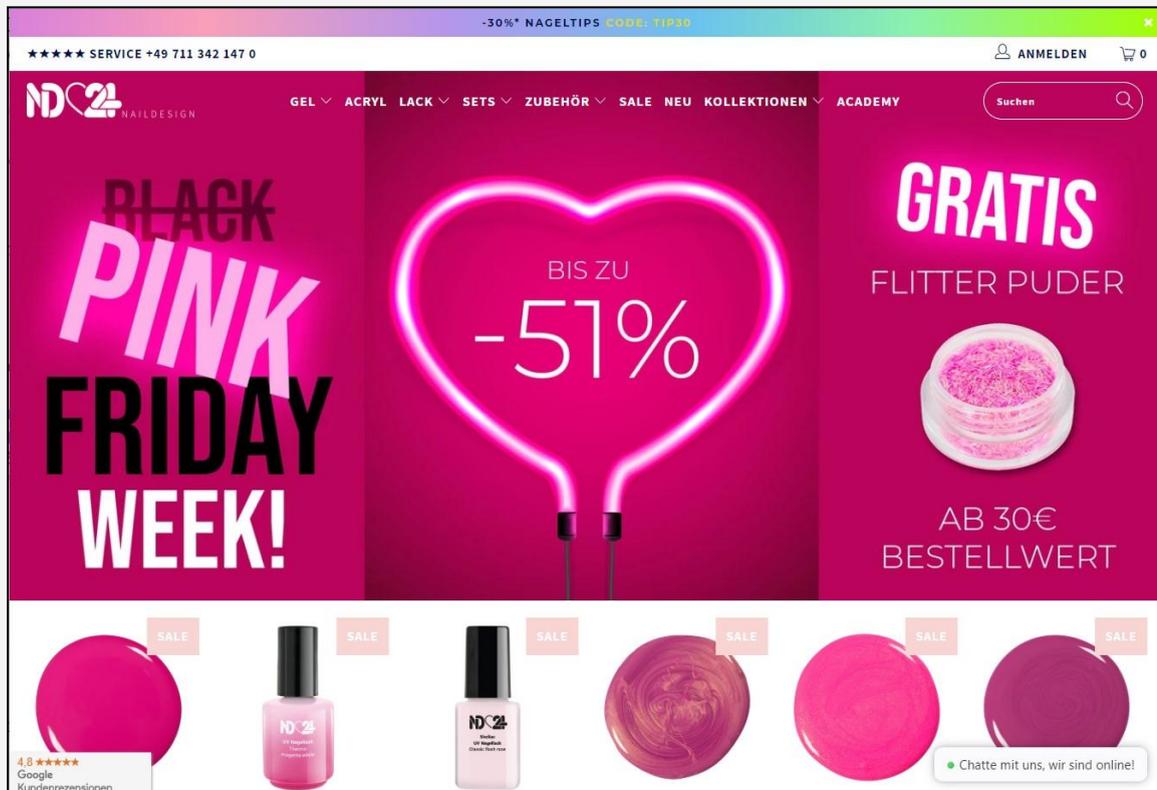
[Wir helfen dir natürlich auch gerne weiter! Sei es mit einer perfekten Produktseite oder einer kompletten Optimierung - melde dich und wir schauen, was sich machen lässt!](#)

Event-Charakter mit Angeboten hervorheben - Rabatte, Gutscheine, Bundling?

Gerade zu großen Ereignissen wie Black Friday, Cyber Monday und Weihnachten hoffen Onlineshopper darauf, den besten Deal zu ergattern. Was natürlich nicht verkehrt ist. Als Onlinehändler kann man mit gezielt platzierten Rabattaktionen viele neue Kunden gewinnen. Vorausgesetzt man macht es richtig.

Als Händler kannst du deinen Shopbesuchern gute und faire Angebote machen, von denen alle profitieren. Denn so erhalten deine Käufer ihr Wunschprodukt günstiger und du verkaufst viele Produkte.

Dass sich das für dich lohnt, sollte klar sein. Wir erklären dir daher nicht, warum du es tun solltest, sondern wie!



1. Erstelle deine Angebote

Um passende Event-Angebote zu erstellen gibt es für dich mehrere Möglichkeiten. Zum einen stellt Shopify einige Funktionen von Haus aus zur Verfügung und zum anderen kannst du natürlich auch Apps nutzen, um deine Aktionen umzusetzen.

Klassische Rabattfunktionen mit Shopify

Shopify bietet dir 4 unterschiedliche Arten, um deinen Kunden einen Rabatt zu gewähren:

1. Rabatt mit einem festen Wert
2. Rabatt mit einem Prozentsatz
3. Kostenloser Versand
4. „Kaufe X und erhalte Y dazu“

Zudem kannst du deinen erstellten Rabattcode in deinem Banner, also dem oberen Bereich deines Shopify Shops bewerben. Die 4 gegebenen Möglichkeiten können für dich und deine Produkte mal besser, mal weniger gut funktionieren.

Genauso verhält es sich mit dem gewählten Prozentsatz: Schau, dass du einen geeigneten Rabatt auswählst, der sowohl dir und deinen Kunden einen Gewinn bringt. **Unser Shopify Expertenteam rät lieber 15% Rabatt zu gewähren als 10%.** Dennoch wäre es für dich wichtig zu überlegen, ob du nicht noch mehr Rabatt gewährst.

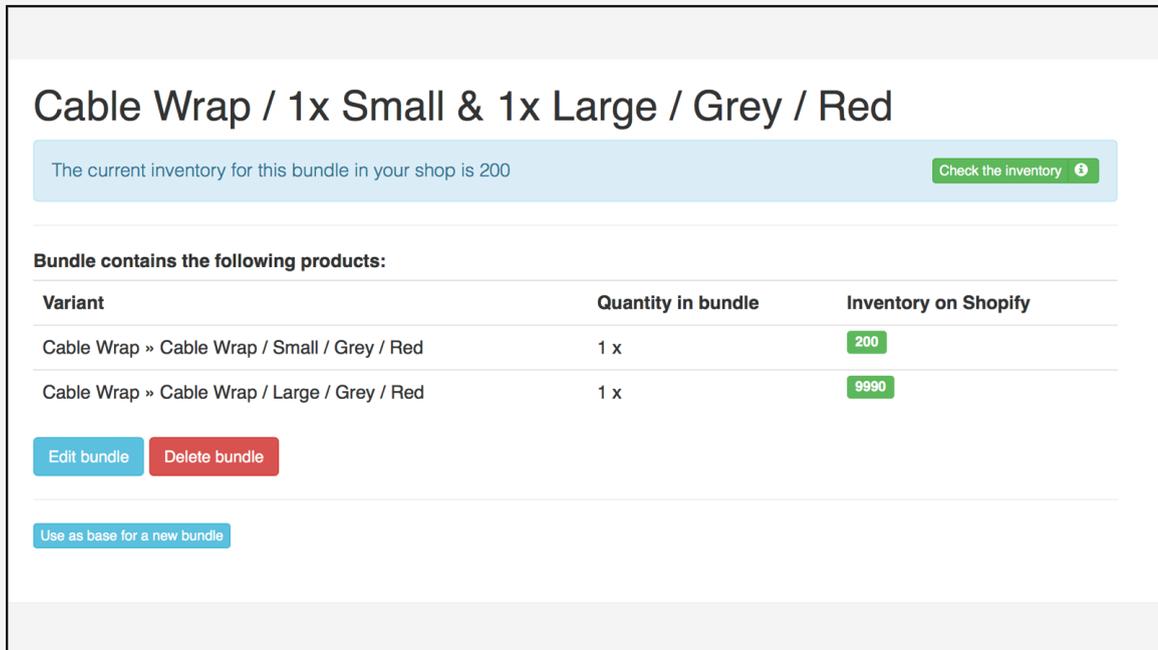
Vorgehensweise unseres Shopify Expertenteams:

1. Gehe in dein Shopify Backend
2. Klicke links im Menü auf „Rabatte“ und dann auf “Rabatt erstellen”
3. Wähle eine der 4 Möglichkeiten für dich aus und trage die notwendigen Informationen ein (Prozentsatz, Kundengruppe, Produkte)
4. Setze ggf. einen Zeitraum, in dem der Code gültig sein soll
5. Promote den erstellten Code in deinen E-Mails, Social Media, Header

Spezielle Produktpakete (Bundles)

Außer den gängigen Optionen eines Rabattes kannst du mithilfe von Apps spezielle Produktpakete anbieten, die deine Kunden eventuell eher kaufen, als rabattierte Ware.

Mit sogenannten Bundles kannst du aus deinen bestehenden Produkten ein Paket zusammenstellen und deinen Kunden verkaufen. Dabei vergibst du für den Kauf deines Paketes einen Rabatt. Bundles lassen sich ganz leicht durch eine App erstellen. Im [Shopify App Store](#) gibt es relativ viele Möglichkeiten, die dir diese Funktion ermöglichen. [Doch unser Shopify Expertenteam empfiehlt hierbei die App Bundles.](#)



Cable Wrap / 1x Small & 1x Large / Grey / Red

The current inventory for this bundle in your shop is 200 [Check the inventory](#)

Bundle contains the following products:

Variant	Quantity in bundle	Inventory on Shopify
Cable Wrap » Cable Wrap / Small / Grey / Red	1 x	200
Cable Wrap » Cable Wrap / Large / Grey / Red	1 x	9990

[Edit bundle](#) [Delete bundle](#)

[Use as base for a new bundle](#)

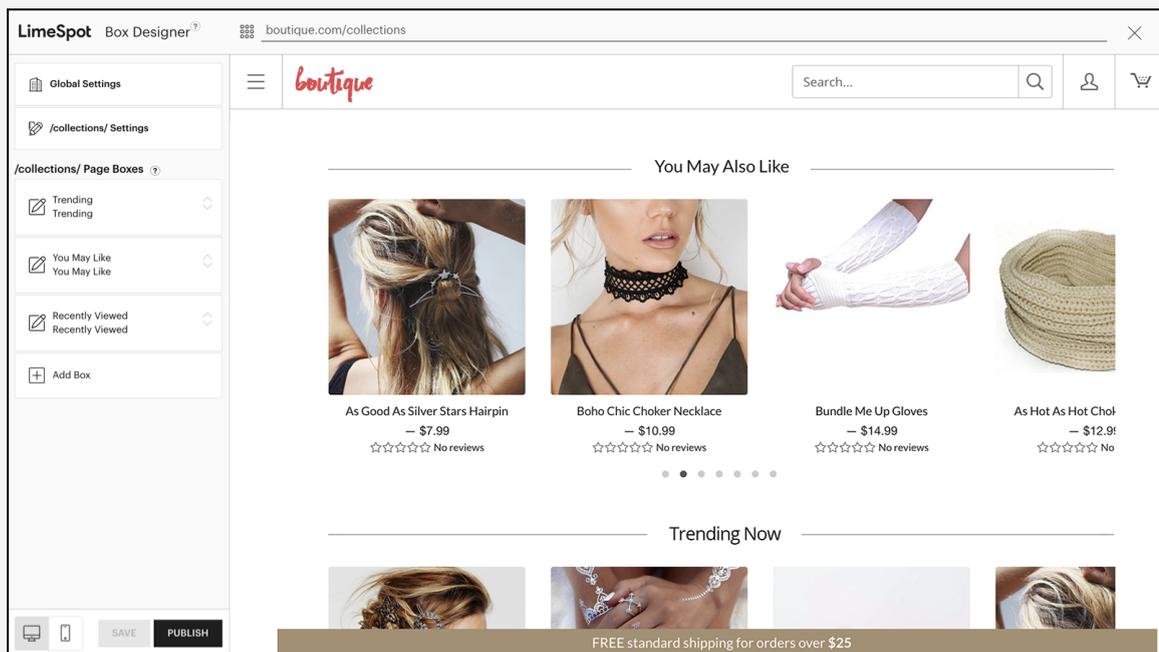
Die Produkte, die du in einem Paket zusammenlegst, werden mit den Produkten aus deinem Shop synchronisiert. Das heißt, kauft jemand dein Bundle, dann geht automatisch der Bestand der einzelnen Bundle Produkte, zurück. Also keine weitere Arbeit für dich, da alles automatisiert ist!

Eine weitere Option ist Cross-Selling. Auch wenn das Anbieten von Cross-Selling Produkten für viele Händler nichts Neues ist, kann man dies ebenfalls gut für die Hochsaison nutzen. Beim Cross-Selling bietest du deinen Kunden verwandte Produkte an, mit der Intention, dass sie diese ebenfalls zu ihrem Warenkorb hinzufügen.

Hast du Fragen oder brauchst Hilfe? [Dann melde dich bei uns!](#)

Wenn du beispielsweise Kleidung verkaufst, könntest du zum Winterpulli, kuschelige Wintersocken oder Pullis mit ähnlichem Motiv anbieten oder bei einer Packung Spekulatius noch Dominosteine und heiße Schokolade am Stiel.

[Dafür empfiehlt unser Shopify Expertenteam die App von Limespot.](#) Mit Hilfe der App kannst du deine Angebote analysieren, individuell gestalten und auf verschiedenen Endgeräten nutzen.



Um deine Kunden mit einem Gratisgeschenk zu überraschen, kannst du ebenfalls Apps verwenden. **[Bei unseren Shopify Experten ist derzeit die App Gift Box sehr beliebt.](#)** Diese ermöglicht es dir, deinen Kunden ab einem bestimmten Warenwert Extras anzubieten.

Das können entweder weitere Produkte, die sie sich aussuchen können oder Gratisversand sein. Was genau, das entscheidest du. Dem Kunden wird ein Pop-Up angezeigt, dass er die notwendige Summe erreicht hat und sich somit ein Geschenk aussuchen kann.

Extratipp unseres Shopify Expertenteams: *Die Verwendung dieser App schließt leider die Verwendung von anderen Rabattcodes aus. Daher solltest du gründlich überlegen, was für dich und deinen Shopify Store das Beste ist.*

2. Visualisierung der Angebote

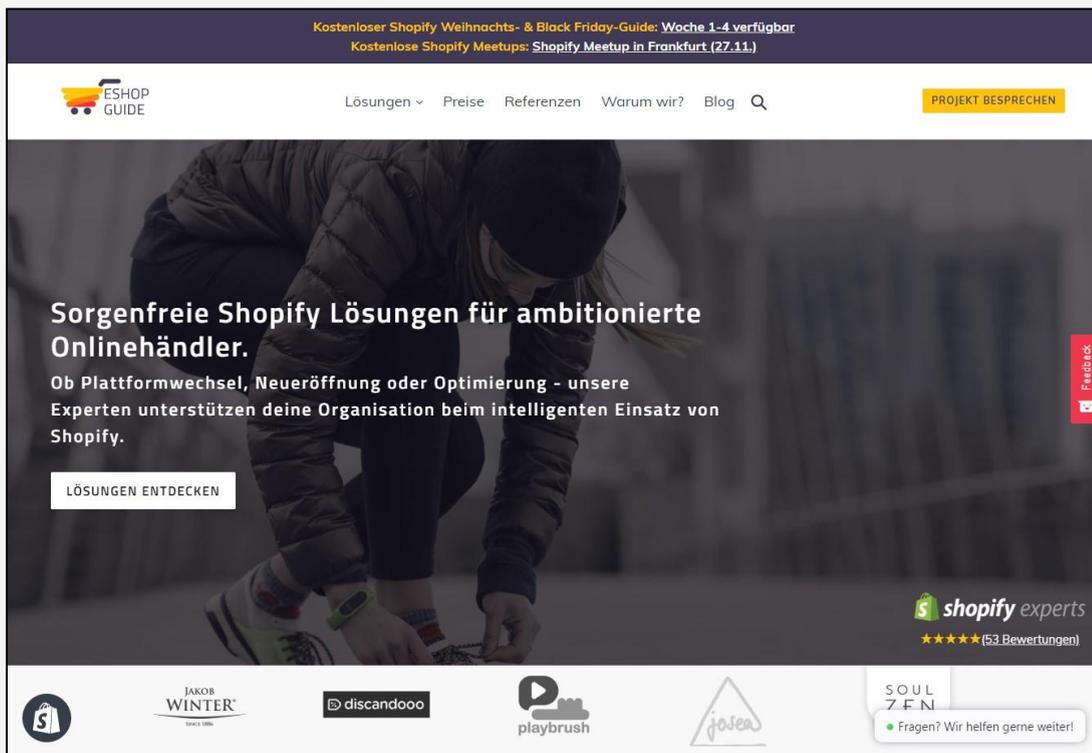
Hast du dich letztendlich für eine Art der Rabatte entschieden, geht es nun um die Visualisierung. Es reicht nämlich leider nicht aus, nur die Rabattcodes oder Bundles zu erstellen. Die Kunden müssen auch von deiner tollen Aktion erfahren. Und du ahnst es, auch hierfür gibt es einige interessante Lösungswege.

Bringe deine Angebote durch Apps in den Vordergrund

Sehr wenige Shopify Themes haben visuelle Extras eingebaut, die man für solche speziellen Ereignisse nutzen könnte. Dies ist aber kein Weltuntergang, denn, was das Theme nicht hergibt, kann man alles im Shopify App Store finden.

[So auch Apps, welche eine Announcement Bar in deinen Shopify Store hinzufügen.](#) Diese Announcement Bar sieht man so gut wie in jedem Shop, warum dann nicht auch in deinem?

Du kannst sie perfekt dafür nutzen, deinen Kunden zu erklären mit welchem Code sie wieviel Prozent Rabatt bekommen. Inklusiv der Produkte für die der Rabatt gilt. Der Vorteil an diesem Banner ist, dass er fixiert ist und auf jeder deiner Seiten erneut erscheint.



Kostenloser Shopify Weihnachts- & Black Friday-Guide: Woche 1-4 verfügbar
Kostenlose Shopify Meetups: Shopify Meetup in Frankfurt (27.11.)

ESHOP GUIDE

Lösungen ▾ Preise Referenzen Warum wir? Blog 🔍

PROJEKT BESPRECHEN

Sorgenfreie Shopify Lösungen für ambitionierte Onlinehändler.
Ob Plattformwechsel, Neueröffnung oder Optimierung - unsere Experten unterstützen deine Organisation beim intelligenten Einsatz von Shopify.

LÖSUNGEN ENTDECKEN

shopify experts
★★★★★ (53 Bewertungen)

JAKOB WINTER
SINCE 2016

discandooo

playbrush

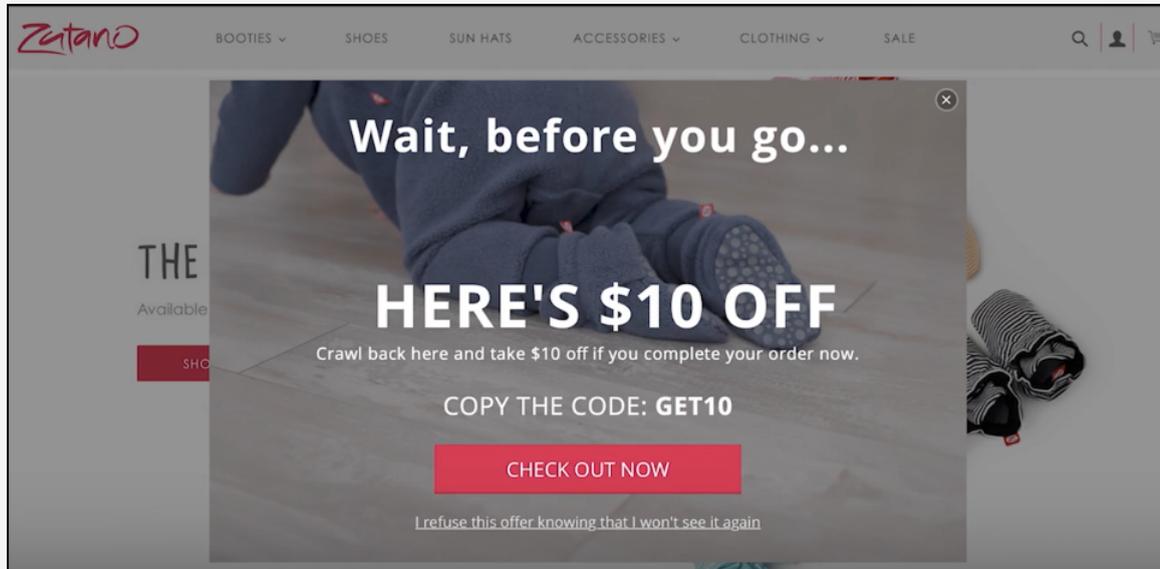
jasea

SOUL ZEN
Fragen? Wir helfen gerne weiter!

Feedback

Hast du Fragen oder brauchst Hilfe? [Dann melde dich bei uns!](#)

Nichtsdestotrotz springt die Announcement Bar vielleicht nicht jedem Shopbesucher direkt ins Auge. **Unser Shopify Expertenteam rät daher zu Pop-Up Apps zu greifen. [Apps wie Privy lassen ein zweites kleineres Fenster erscheinen und dienen als Werbeflyer für deine Aktionen und Rabatte.](#)**



So kannst du einstellen, nach wievielen Sekunden das Pop-Up erscheint und ob direkt auf der Startseite oder erst im Warenkorb.

Extratipp unseres Shopify-Expertenteams: [Privy](#) vereint übrigens beide Funktionen, Pop-Up und Announcement Bar, in einer App. [Weniger installierte Apps in deinem Store -> schnellere Ladegeschwindigkeit!](#)

Füge eine zusätzliche Landing Page ein

Wenn du deinen Shopbesuchern, außer deinen reduzierten Preisen, weitere nutzerfreundliche Optionen bieten möchtest, dann verwende eine Kampagnenseite, die du extra für den Anlass erstellt hast.

Auf dieser finden sich dann bestenfalls, alle deine Produkte, die du reduziert verkaufen möchtest. Bewirb deine Preisnachlässe auffällig im Header dieser Seite, damit jeder Besucher weiß, wieso und wie lange es diese Rabatte auf dieser Seite gibt.

Schaffe psychologische Anreize

Viele dieser Angebote funktionieren, wenn du den richtigen Nerv deiner Shopbesucher triffst. Spiele also auch mit psychologischen Reizen. [Ein eingebauter Countdown mit dem du die Tage und Stunden bis zu deiner großen Rabattaktion runterzählen lässt, steigert die Spannung und Neugierde deiner potenziellen Kunden.](#)

Genauso eignet es sich auch deinen Kunden zu zeigen, welche Menge des Produktes in deinem Shop noch verfügbar ist. Diese visualisierte Knappheit schafft beim Kunden das Bedürfnis das Produkt zu erstehen, da es ja sonst vielleicht in nächster Zeit nicht mehr vorrätig sein könnte.

Unser Shopify-Expertenteam geht dabei so vor:

- Gehe in den Live-Editor
- Wähle dort deine Produktseite, bei der du den Bestand anzeigen lassen möchtest
- Stelle die Menge ein und speichere deine Einstellung

Hinweis: *Leider ist diese Einstellung nicht in jedem Theme verfügbar. Frage also den Theme-Hersteller nach einer Option oder passe diese Einstellung mit einem Code an.*

3. Ändere dein Theme auf ein eventbezogenes

Das vermutlich aufwendigste, wenn du gerade nicht ein [Shopify Plus Kunde](#) bist, ist es das Theme auf das Event anzupassen. Gerade am Black Friday sieht man viele Onlineshops in einem schwarzen Look. Das zieht direkt die Aufmerksamkeit auf sich.

So kann dein Shop passend zu vielen Ereignissen, wie bspw. Halloween in orange oder an Weihnachten in rot und weiß erscheinen. Deine Shopbesucher sehen sofort, dass sich dein Shop gerade mit diesem Event beschäftigt und erwarten tolle Aktionen.

Außerdem ist ein so angepasster Shop goldwert für deine Social Media Aktivitäten.

Um deinem Theme einen neuen Look zu verpassen, rät unser Shopify Expertenteam so vorzugehen:

- Erstelle eine Kopie deines aktuellen Themes
- Verändere diese Kopie nach deinen Wünschen und Vorstellungen
- Stelle sicher, dass alle notwendigen Apps auch auf der Kopie des Themes funktionieren. Ggf. musst du in den App Einstellungen manuell einstellen auf welchem Theme sie laufen sollen.
- Aktiviere dein neues Theme in einer Zeit mit wenig Seitenbesuchern, bspw. über Nacht, und überprüfe, ob alles so funktioniert, wie vorher auch.
- Schalte dein neues Theme rechtzeitig zum Event, bspw. ab Mitternacht, online.

Fazit

Genauso wie bei der individuellen Gestaltung deiner Produktseiten kannst du auch bei der Erstellung deiner Event-Extras auf einen Entwickler zurückgreifen. Die Shopify Apps bieten dir allerdings auch eine Menge Spielraum, um Vieles selbst durchführen zu können.

Um die beste Entscheidung für dich zu treffen, solltest du überlegen, was dich persönlich an einem Onlineshop reizen würde. Sind es eher 10 oder doch 25% Rabatt, ein Countdown oder Pop-Ups. Es gibt unzählige Möglichkeiten.

Unsere Shopify Experten raten dir aber lieber deinen AOV zu erhöhen, wenn du eine kleine Marge hast. Es lohnt sich für dich mehrere Produkte zu verkaufen, anstatt nur ein paar für wenig Geld.

[Wir helfen dir dabei weiter! Lass uns zusammen rausfinden, welche Angebote für deine Kunden relevant sein können und wie man diese umsetzt. Melde dich und wir schauen, was sich machen lässt!](#)

Nun solltest du bestens vorbereitet sein, um es mit jedem Kundenansturm aufnehmen zu können. Die nächsten Feiertage, die nächste Weihnachtszeit und jegliche anderen Tagen eignen sich, um mit einer Optimierung dem eigenen Shopify Shop einen neuen Schwung zu verleihen.

Viel Erfolg!