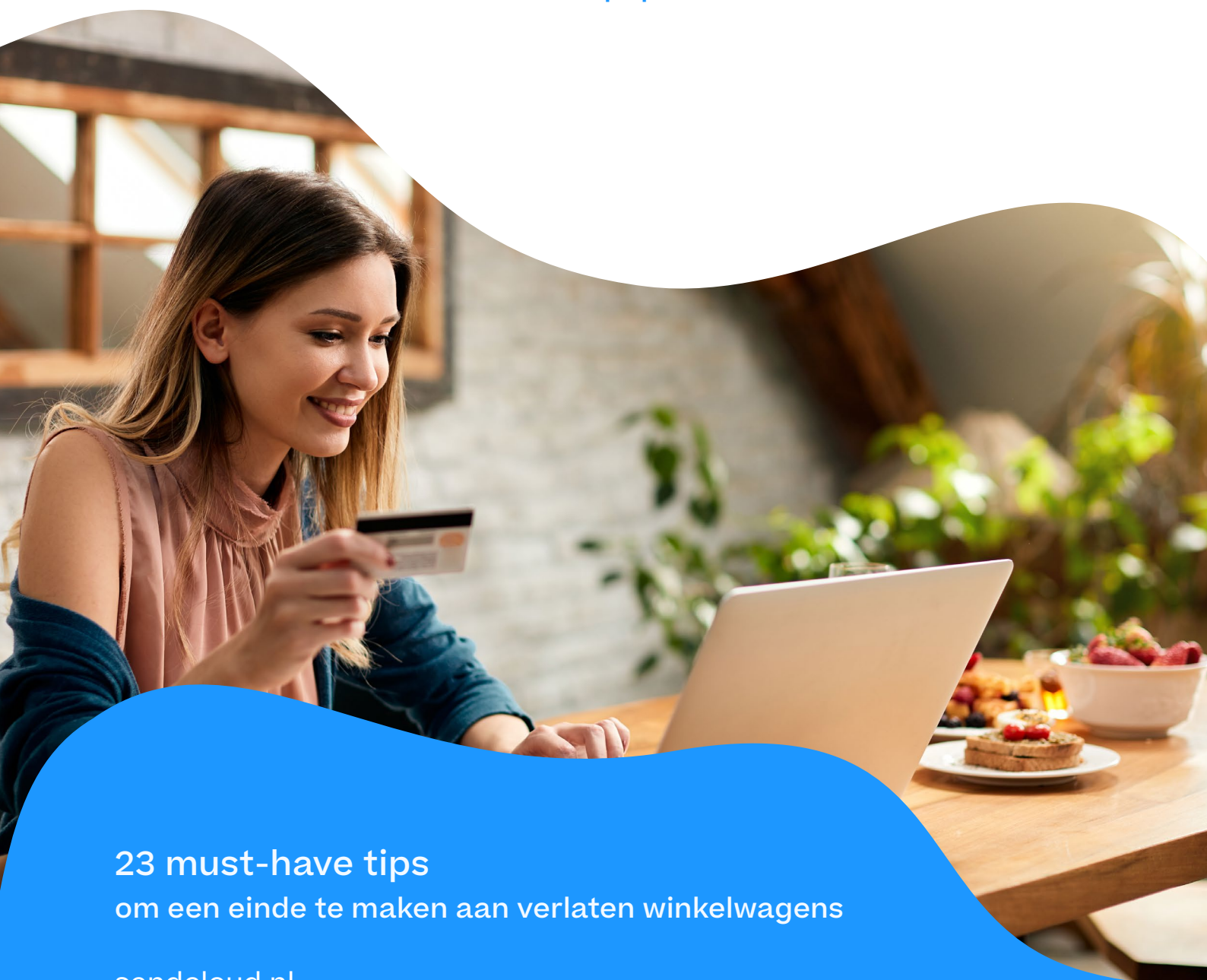




Verander je checkout-proces in een effectieve conversietool

Whitepaper



23 must-have tips
om een einde te maken aan verlaten winkelwagens

sendcloud.nl

Maak een einde aan verlaten winkelwagens

Het blijft een van de grootste uitdagingen voor online retailers om nieuwe klanten te genereren. **Er wordt vaak nog vergeten dat 70% van die nieuwe klanten tijdens de checkout de webshop met lege handen verlaat.** Hoog tijd dus voor nieuwe ontwikkelingen om webwinkel verlaters te verlagen. Daarom vind je in deze whitepaper praktische tips om je conversie aanzienlijk te verhogen.

Net als de meeste online retailers heb je het aantal klanten in 2020 waarschijnlijk zien stijgen. En net als een meerderheid van online retailers wil je waarschijnlijk gebruikmaken van de kansen die dit biedt om je webshop nog succesvoller te maken. Dit is dan ook het perfecte moment om je conversie te verhogen door je checkout gebruiksvriendelijker en klantgerichter te maken. Voor meer winst: nu en in de toekomst.

In deze whitepaper delen we onder andere tips over:

1. Hoe je je checkout **gebruiksvriendelijker** maakt
2. De enige **juiste manier** om het **betaalproces te optimaliseren** voor conversie
3. De reden waarom alles staat of valt met **de juiste verzending** en hoe je hier efficiënt mee omgaat

We hebben de belangrijkste tips voor je samengevat in de **Checkout Optimalisatie Checklist**, zodat je er direct mee aan de slag kunt.

Inhoud

Maak een einde aan verlaten winkelwagens	2
Deel 1	
De ideale checkout	4
Win vertrouwen met sterke visuele elementen	5
Gebruik een simpel, overzichtelijk design	6
Laat klanten afrekenen zonder account	7
Maak winkelen zo eenvoudig mogelijk	8
Deel 2	
Een eenvoudig betaalproces	9
De juiste betaalmethoden	10
Gebruik betaalopties om vertrouwen te winnen	10
Reduceer frictie in het betaalproces	11
Deel 3	
Verzending is essentieel voor een succesvolle checkout	12
Klantvriendelijke verzendkosten	13
Werk samen met meerdere vervoerders	14
Bied flexibele bezorgopties	15
Bied klanten keuze in de bezorgdag met Sendcloud	16
Deel 4	
Jouw checkout optimalisatie checklist	18

Deel 1

De ideale checkout

Zoals veel andere online retailers hecht je waarschijnlijk veel waarde aan een optimale gebruikerservaring op je productpagina's. Je wilt tenslotte alles uit de kast halen om aan de wensen en verwachtingen van de klant te voldoen. Waarom zou je dan niet net zo veel aandacht besteden aan de checkout? De klantervaring eindigt niet zodra de klant een artikel in het winkelmandje heeft geplaatst. Het belangrijkste volgt daarna en hierin kan nog veel gebeuren.

De tips in dit hoofdstuk vormen de basis voor een klantgerichte checkout die conversie verhoogt.



Win vertrouwen met sterke visuele elementen

Online shoppen bestaat voor de klant vrijwel volledig uit visuele aspecten. Veel klanten voelen zich niet op hun gemak als ze op het punt staan een aankoop te doen op een website die ze niet kennen. Daarom is het belangrijk om jouw klant een vertrouwd gevoel te geven met duidelijke visuele aanwijzingen, zoals een voortgangsbalk en gemakkelijk herkenbare symbolen:

Tip 1 – Voortgangsbalk met alle stappen van de checkout

Indien jouw checkout-proces uit meerdere stappen bestaat, is het belangrijk dat er bovenaan het scherm een duidelijke **voortgangsbalk met de verschillende stappen** zichtbaar is. Zo weten klanten precies in welke fase van het proces ze zich bevinden. Zorg ervoor dat de voortgangsbalk duidelijk zichtbaar en makkelijk te begrijpen is.

Tip 2 – Klantreviews

Social proof is inmiddels een bekend fenomeen. Zorg er daarom voor dat je jouw klantreviews en keurmerken optimaal benut om de betrouwbaarheid van je website te vergroten. Is dit een no-brainer voor je? Denk dan ook eens verder dan alleen het tonen van reviews en testimonials.

Tip 3 – Social proof voor verzenden en betaallopties

Niet alleen het tonen van reviews is een vorm van social proof. Denk ook aan bekende partijen waar je mee samenwerkt, zoals de **logo's van de mogelijke verzend- en betaallopties**. Dit straalt vertrouwen en kwaliteit uit, welke je potentiële klanten meenemen in hun aankoopbeslissing.



thuiswinkel
waarborg



Gebruik een simpel, overzichtelijk design

Tip 4 – One-step checkout

Probeer een **one-step checkout** en controleer met een A/B-test of het invloed heeft op je conversieratio. Een one-page checkout klinkt misschien als een goed idee, maar voor sommige klanten voelt het minder veilig. Het is daarom goed om deze optie eerst te testen voordat je beslist of je dit wilt invoeren of niet. Je kunt ook Amazon's voorbeeld volgen: zij bieden klanten de keuze tussen een one-step of een multi-step checkout, zodat de klant zelf kan beslissen.

Tip 5 – Vermijd pop-ups

Iedereen kent ze wel: die irritante pop-ups. **Vermijd daarom het gebruik van pop-ups tijdens alle stappen van de checkout.** Zelfs als je de klant via het pop-upvenster een korting of speciale aanbieding wilt bieden,

kunnen de browser of veiligheidsinstellingen ervoor zorgen dat de pop-up wordt geblokkeerd. Daarnaast kan het ervoor zorgen dat de checkout-pagina langzamer laadt, wat ook als onveilig kan overkomen.

Tip 6 – Houd formulieren zo eenvoudig mogelijk

Niet alleen pop-ups zijn vervelend, ook lange formulieren kunnen je klant van de aankoop doen afzien. **Houd daarom je formulieren zo kort mogelijk:** naam, e-mail en adresgegevens en betaalgegevens zijn voldoende. Zo zorg je ervoor dat je klant niet wordt afgeleid in het checkout-proces.

One-step checkout van Boozishop

Wat zoek je?

Boozishop

By Boozishop Nieuw Sale Make Up Make Up Kwasten Haar Skincare Merken

Jouw gegevens Verzendmethode Betaalmethode Bevestiging

Je ontvangt 25% korting op alle producten in de categorie "Boozishop 13 jaar"

Inloggen of registreren

Factuuradres

Voornaam: * Achternaam: *

E-mail: * Type klant: Particulier

Geboortedatum: Dag Maand Jaar

Postcode: * Nr: * Toev: *

Straatnaam: * Plaats: *

Land: * Nederland

Verzendmethode

Beaalmethoden

Kies een bank: *

Verzendmethode

Beaalmethoden

Kies een bank: *

Product	Aantal	Subtotaal
Boozishop Rose Gold 14 pc Starter Set	1x	€28,95
COSRX Advanced Snail96 Mucin Power Essence	1x	€19,95
Makeup Revolution Balayage Brow Brown (1296380)	1x	€5,95
Boozishop Tanning Mitt	1x	€0,00
Verzending en afhandeling		€0,00
Bezorgd thuis of op het werk		
Korting		-€0,00
Totaal incl. btw:		€54,85

Cadeaucode: Toepassen

Opmerking:

Abonneer je op onze nieuwsbrief

Door op 'Bestellen' te klikken plaats ik een bestelling met betaalplicht en ga ik akkoord met de algemene voorwaarden.

Bestellen

Laat klanten afrekenen zonder account

Tip 7 – Gastaccounts

Bied klanten de mogelijkheid om een bestelling te plaatsen met een **gastaccount**. Je verzamelt hierbij alleen de gegevens die strikt noodzakelijk zijn en slaat deze niet op in je klantendatabase nadat de bestelling is voltooid.

Tip 8 – Eenvoudig een account aanmaken

Als opvolging van de vorige tip is het uiteraard slim om direct een optie te bieden om een account aan te maken. Niet iedereen ziet hier standaard een voordeel in, of ervaart het eerder als een nadeel dat hun gegevens worden opgeslagen. Communiceer daarom wat het ze oplevert om een account aan te maken of koppel er desnoods een actie aan.



30%
van de online klanten
ziet af van een
aankoop als ze hier-
voor een account
moeten aanmaken.

Dit maakt het lastiger om contactgegevens van klanten te verzamelen. Maar is het je doel om conversie te verhogen? Laat klanten dan afrekenen zonder account.



Maak winkelen zo eenvoudig mogelijk

Je enige doel in je checkout is ervoor zorgen dat je klant de aankoop voltooid. Niets moet in de weg staan. Zorg ervoor dat je winkelmandje en checkout zo geoptimaliseerd zijn dat klanten niet snel geneigd zijn om op de terugknop te klikken of naar een concurrent te gaan.

Tip 9 – Gedetailleerde productbeschrijvingen

Geef **gedetailleerde productbeschrijvingen** weer in het winkelmandje. Voeg hierbij zo veel mogelijk relevante productkenmerken toe. Zo kunnen klanten duidelijk zien dat ze het juiste artikel bestellen en zijn ze minder snel geneigd terug te scrollen om de details te checken.

Tip 10 – Aanpassingen in winkelmandje

Voeg knoppen toe in het winkelmandje die de klant tijdens de checkout in staat stellen gemakkelijk **artikelen te verwijderen of toe te voegen**.

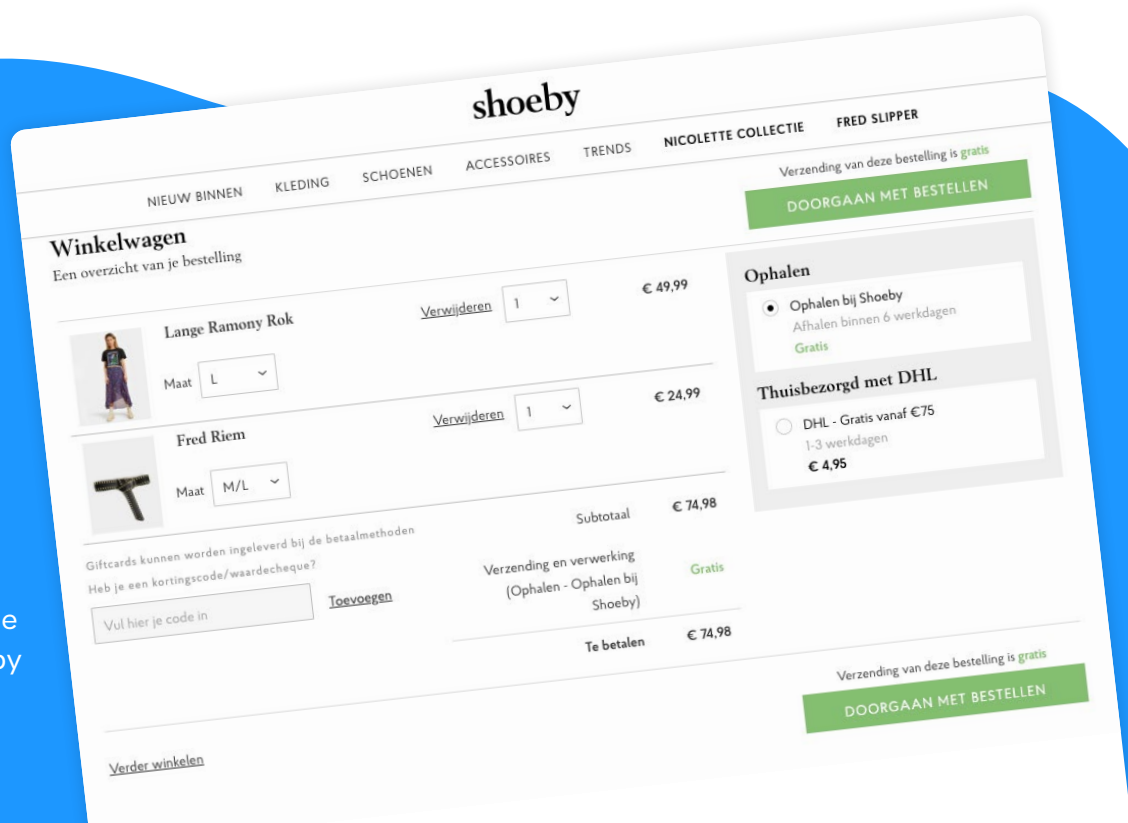
Tip 11 – Optie om terug te keren naar de winkel

Zorg voor een duidelijke **'Terug naar de winkel'-knop** zodat je voorkomt dat de browsernavigatie gebruikt moet worden. Op die manier kun je voorkomen dat artikelen in de winkelwagen worden verwijderd als de klant nog wat langer wil rondneuzen in de webshop. Belangrijk is dat deze knop een andere kleur heeft dan de bestelknop zodat er geen verwarring ontstaat tijdens de aankoop.

Tip 12 – Overzicht van bestelling

Last but not least: de standaard is dat klanten voordat de bestelling wordt afgerond op één pagina **een overzicht van de bestelling te zien krijgen**. Deze pagina is belangrijk voor de bevestiging van jouw bezoeker en is de laatste stap voor het betaalproces.

Orderoverzicht met wijzigingsopties in de checkout van Shoeby



Deel 2

Een eenvoudig betaalproces

Voor succesvolle conversie tijdens de checkout is het essentieel dat het betaalproces probleemloos verloopt. Zodra je klanten zich in de checkout bevinden, moet je er alles aan doen om te zorgen dat je hun vertrouwen niet verliest. Dit betekent: een veilige, probleemloze betaling met de juiste betaalmethoden.

Powered by

mollie

In dit hoofdstuk leer je hoe je het betaalproces kunt optimaliseren en de betaalmethoden kiest die het beste bij jouw klanten passen.



De juiste betaalmethoden

De dagen van beperkte betaalopties behoren definitief tot het verleden. Vandaag de dag verwachten klanten een breed scala aan betaalopties - van iDeal tot AfterPay. Om de juiste betaalmethoden te kiezen moet je eerst weten wie je klanten zijn. Welke betaalmethoden spreken hen het meest aan? Hieronder vind je de belangrijkste factoren om rekening mee te houden.

Tip 1 – Lokaliseer je betaalopties

Heb jij veel internationale klanten? Dan is het essentieel om te onderzoeken welke betaalmethoden het populairst zijn in de landen waar je producten verkoopt. Waar Nederlanders het liefst gebruikmaken van iDEAL, hebben Duitse en Oostenrijkse klanten een duidelijke voorkeur voor achteraf betalen met een betaalmethode zoals

Klarna. Britse klanten betalen bij voorkeur met creditcard, maar verwachten ook steeds vaker mobiele betaaloplossingen zoals Apple Pay en Google Pay. Vraag je betaalprovider om advies als je niet zeker weet welke methoden je moet kiezen.

Tip 2 – Houd rekening met leeftijdsgebonden voorkeuren

Naast de lokalisatie van betaaloplossingen, is het ook belangrijk om rekening te houden met de leeftijd van je klanten. Er bestaat een steeds grotere generatiekloof tussen oudere klanten, die de voorkeur geven aan bankoverschrijvingen of betalen met creditcard, en jongere klanten die verwachten dat ze ook met hun smartphone kunnen afrekenen. Jongere shoppers kiezen ook steeds vaker voor 'Koop nu, betaal later'.

Gebruik betaalopties om vertrouwen te winnen

Zelfs voor ervaren online shoppers kan het betaalproces vragen over veiligheid oproepen. Het is belangrijk om een veilige, transparante omgeving te creëren waarin klanten zonder zorgen hun betaalgegevens kunnen invullen. De volgende tips helpen je daarbij.

Tip 3 – Bied een breed scala aan betaalmethoden

Hoewel je de klant niet wil overladen met tientallen betaalopties, is het een goed idee om een divers aanbod aan zorgvuldig geselecteerde betaalmethoden te bieden. De

klant ziet daardoor dat jouw bedrijf samenwerkt met vertrouwde betaalproviders, waardoor je webshop professioneler en betrouwbaarder overkomt. Zorg ook dat je de officiële logo's van de betaalopties gebruikt om nog meer vertrouwen te wekken.

Tip 4 – Bied de mogelijkheid om achteraf te betalen

Vertrouwen werkt twee kanten op. Laat klanten zien dat jij hen ook vertrouwt door ze de mogelijkheid te bieden om achteraf te betalen. Deze betaalmethode wordt steeds

populairder onder online shoppers. Maak dan ook gebruik van gegarandeerde betaalmethoden zoals Klarna, die ervoor zorgen dat je de betaling altijd op tijd ontvangt.

Reduceer frictie in het betaalproces

Een zorgeloos online betaalproces vergt een slim design. Met de nieuwste betaaltechnologieën kun je een soepel betaalproces creëren waarmee klanten eenvoudig hun betaling kunnen voltooien. Hieronder hebben wij een aantal ideeën voor je op een rijtje gezet.

Tip 5 – Kies de snelste manier om betalingen te voltooien

Een groeiende trend in e-commerce betalingen is het aanbieden van Apple Pay of een andere mobiele betaaldienst op je productpagina. Hiermee kunnen klanten met één klik op de knop hun transactie voltooien. De betaalgegevens zijn al opgeslagen in hun digitale portemonnee, zodat deze niet meer ingevuld hoeven te worden.

Tip 6 – Bied one-click betalingen voor terugkerende klanten

Geef klanten die voor het eerst iets bestellen in je webshop de optie om hun betaalgegevens op te slaan voor toekomstige bestellingen. Veel klanten zullen dankbaar gebruikmaken van deze optie om tijd te besparen. Als online retailer heb je hier ook profijt van, omdat klanten zo nog sneller en gemakkelijker een volgende bestelling kunnen plaatsen. Daardoor ligt de drempel voor een toekomstige transactie een stuk lager. Zeker



7%
van de online shoppers
verlaat een checkout
vanwege te weinig
betaalopties.

als de klant tevreden was over de eerste bestelling bij je webshop.

Tip 7 – Probeer een iFrame-betaaloplossing

Onderzoek of een iFrame-betaaloplossing bij je past. iFrame is een ontzettend klantvriendelijke technologie die het betaalproces vergemakkelijkt. Je kunt hiermee de betaalpagina van je betaalprovider direct embedden in je checkout-pagina. Daardoor kan de klant betalen zonder doorverwezen te worden naar de betaalpagina van een derde partij. Het is een veilige manier om je klanten een zorgeloze gebruikservaring te bieden.

Deel 3

Verzending is essentieel voor een succesvolle checkout

Verzending is met afstand de belangrijkste factor voor een succesvol checkout-proces. Onverwacht hoge verzendkosten alleen al zijn voor 65% van de consumenten reden om van een aankoop af te zien. Maar het gaat niet alleen om de kosten. Er zijn nog veel meer obstakels in het verzendproces die klanten kunnen wegjagen tijdens het afrekenen.

In dit hoofdstuk geven we je tips om verzending te veranderen in een conversietool en klanten het checkout-proces succesvol te laten voltooien.



Klantvriendelijke verzendkosten

Niet alle online retailers kunnen gratis verzending bieden. Uit ons onderzoek blijkt echter dat klanten dit ook niet altijd verwachten. Gelukkig zijn er genoeg klantvriendelijke oplossingen als het om verzendkosten gaat.

Tip 1 – Gratis verzending

Het is aangetoond dat **gratis verzending** conversie en klanttevredenheid verhoogt. Daarnaast komen klanten bij je terug. Je bent er in ieder geval van verzekerd dat het niet de verzendkosten die zorgen voor een verlaten winkelwagen.

Tip 2 – Vermijd verborgen verzendkosten

Wees altijd **transparant over de verzendkosten**. Zorg ervoor dat klanten weten wat de verzendkosten zijn voordat ze naar de checkout gaan, zodat ze precies weten wat ze kunnen verwachten. Hanteer vaste verzendkosten om de prijzen simpel en transparant te houden.

Tip 3 – Transparant verzendbeleid

Link op een duidelijk zichtbare plek naar het **verzend- en retourbeleid** van je webshop (inclusief de kosten). Meer dan de helft (56%) van de Nederlandse consumenten bestelt



56% van de Nederlandse consumenten checkt eerst het retourbeleid voordat een aankoop wordt gedaan.

niet online zonder eerst het retourbeleid te checken. Door deze belangrijke informatie goed zichtbaar te maken, creëer je een klantvriendelijke ervaring en verlaag je de drempel voor conversie.

Tip 4 – Drempelbedrag voor gratis verzending

Het alternatief voor volledig gratis verzending wordt veelvuldig toegepast. Gratis verzending **boven een bepaald drempelbedrag** is daarom tegenwoordig een minimale vereiste. Maar liefst 63% van de Nederlandse consumenten geeft aan meer artikelen aan hun winkelwagen toe te voegen. Het is niet alleen een klantvriendelijke verzendoptie maar levert ook meer orderwaarde op.

Werk samen met meerdere vervoerders

Veel consumenten hebben een voorkeur voor een bepaalde vervoerder. Sterker nog, bijna de helft van de Europese consumenten zegt dat de vervoerder invloed heeft op hun aankoopbeslissing. Dit heeft deels te maken met regionale voorkeuren, maar soms hebben klanten ook slechte ervaringen met een bepaalde vervoerder. Daarom is het slim om een flexibele aanpak te hanteren als het om vervoeropties gaat.

Tip 5 – Bied klanten keuze uit meerdere vervoerders

Voldoe aan de wensen van zoveel mogelijk mensen door **een selectie van ten minste twee lokale vervoerders** met verschillende bezorgopties aan te bieden. Onderzoek welke vervoerders het populairst zijn en de beste reputatie hebben in de regio's en

landen waar je actief bent. **Lokaliseer** op basis daarvan **het aanbod aan vervoerders** tijdens de checkout, zodat klanten voor een vervoerder kunnen kiezen die ze kennen en vertrouwen.

Tip 6 – Koppel automatisch de beste vervoerder

Selecteer automatisch de beste vervoerder voor je klant door **verzendregels in te stellen**. Voor bestellingen boven een bepaald bedrag kun je bijvoorbeeld kiezen voor een vervoerder die een betere verzekeringsdekking biedt. Of je gebruikt één vervoerder voor zendingen met grote afmetingen en een andere voor standaard pakketten. Met Sendcloud kun je deze opties automatisch aanpassen zodat je klanten altijd de zending krijgen die het beste bij hun bestelling past.



Bied flexibele bezorgopties

Het is belangrijk om naast verschillende vervoerders ook meerdere bezorgopties aan te bieden, zodat je aan de wensen van zoveel mogelijk klanten kunt voldoen. Hierbij gaat het om details zoals de snelheid van verzending, de bezorgoptie en wat er gebeurt als een ontvanger bij de eerste bezorgpoging niet thuis is.

Tip 7 – Standaard cut-off en lever-tijden

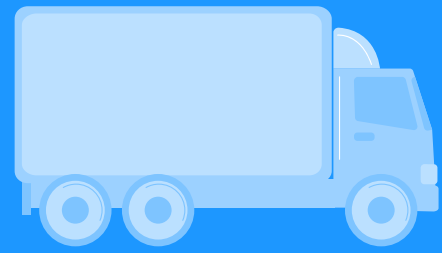
Consumenten hechten waarde aan lever-tijden. Tegenwoordig wordt er verwacht dat “standaard” bezorgopties niet langer duren dan 2-3 dagen. Maar liefst 56% van de Nederlandse online shoppers verwacht tot 20:00 uur te kunnen bestellen om de volgende dag hun order in huis te hebben. **Onderhandel met vervoerders** tot welk tijdstip je zendingen kunt aanleveren, zodat je de cut-off tijd kunt verlengen.

Tip 8 – Bied snellere bezorgopties

Bied klanten de mogelijkheid express of same-day delivery verzending te kiezen. Circa een derde van de consumenten is bereid meer te betalen voor premium verzending, zoals bezorging op dezelfde of de volgende dag of de mogelijkheid om een precieze bezorgdatum en -tijd te kiezen.

Tip 9 – Bied meerdere bezorgopties

Zoals altijd geldt: flexibele oplossingen zijn het meest klantvriendelijk. Kies ook bij standaard verzending voor een vervoerder die meerdere bezorgpogingen aanbiedt of de optie om een pakket af te halen bij een afhaalpunt.



Consumenten verwachten een standaard verzendtijd van 2 tot 3 dagen.

Tip 10 – Transparante bezorginformatie

Vermeld duidelijk in je verzendbeleid wat je klanten kunnen verwachten van de zending. Het belangrijkste dat ze willen terugzien zijn de kosten, levertermijn en bezorgopties waar ze uit kunnen kiezen.

Tip 11 – Laat klanten zelf een bezorgdatum kiezen

Voor de ultieme bezorgervaring geef je klanten de vrijheid om zelf een bezorgdatum te kiezen, waarbij ze kunnen kiezen uit meerdere vervoerders. Onthoud dat de verzending voor klanten een van de belangrijkste aspecten is tijdens het checkout-proces. Een gebrek aan flexibiliteit en transparantie met betrekking tot verzending is een veelvoorkomende reden om van een aankoop af te zien. Houd je conversieratio hoog door klanten de volledige controle over levering te geven.

Bied klanten keuze in de bezorgdag met Sendcloud

Consumenten willen graag een zorgeloze checkout waarin ze controle hebben over het bezorgmoment van hun order. Dankzij de nieuwe verzendintegratie van Sendcloud kun jij als online retailer je klanten nu de mogelijkheid geven om zelf het bezorgmoment te bepalen. Hierdoor hebben jouw klanten niet alleen de volledige controle over de bezorging, maar wordt de kans dat de klant niet thuis is op het moment van bezorging ook een stuk kleiner.

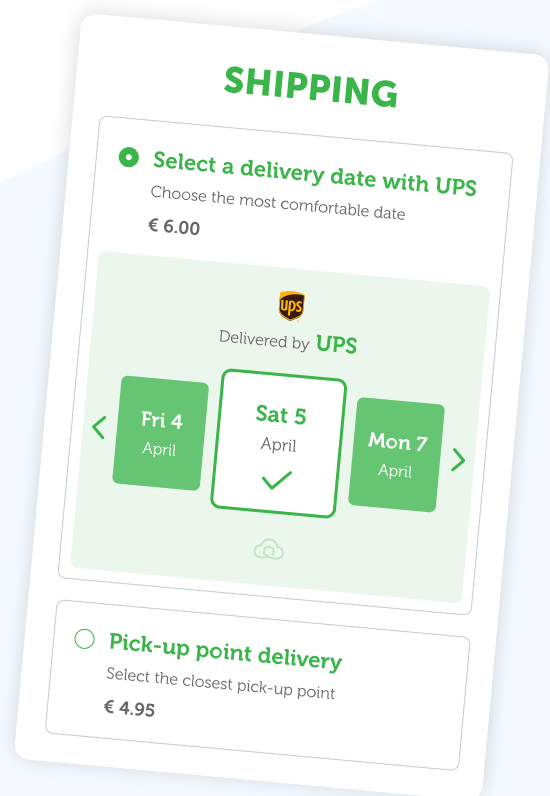
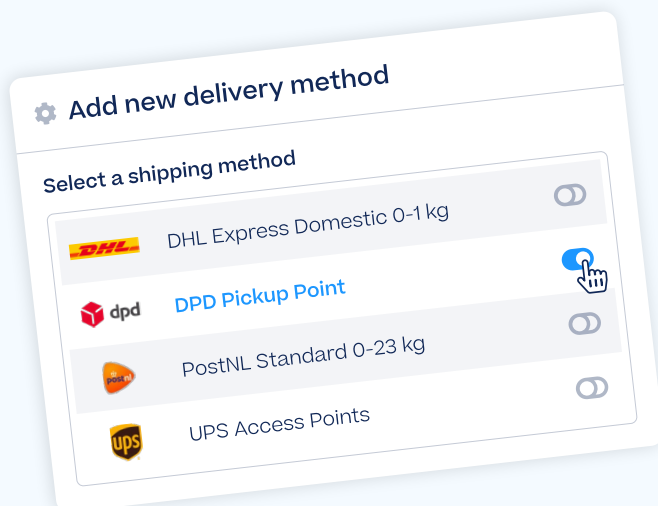
Met deze nieuwe verzendintegratie van Sendcloud^[1] kun je:

- ✓ Binnenlandse vervoerders selecteren voor next-day delivery.
- ✓ Specifieke cut-off en handover-tijden bepalen.
- ✓ De plugin volledig aanpassen en gebruiken als checkout in je webshop.

- ✓ Gemakkelijk overzicht houden over de bestellingen die klaar zijn voor verzending.

Je klanten profiteren bovendien van een geoptimaliseerde verzendervaring in de checkout:

- ✓ Ze kunnen de gewenste bezorgdatum binnen 7 dagen bepalen.
- ✓ Ze hebben flexibele keuze in bezorgopties die ze in het overzicht kunnen selecteren.
- ✓ Ze kunnen voor next-day delivery kiezen binnen de cut-off tijd die jij hebt ingesteld.



Stappenplan

Wil jij je klanten ook zelf een bezorgmoment laten kiezen?
Volg dan onderstaande stappen:

Stap 1 Begin met je algemene verzendinginstellingen

Allereerst configureer je je algemene verzendinginstellingen door je eigen adres en de zones (of landen) waarnaar je verzendt te specificeren. Kies per zone de verschillende vervoerders en bezorgopties die je wilt gebruiken. Voeg extra opties toe per verzendingsoptie (zoals 'bezorging bij bureaus' of 'handtekening vereist'). Stel ook per verzendingsoptie de kosten in.

Stap 2 Stel de verzendinginstellingen voor de bezorgdag in

Stel vervolgens de verzendinginstellingen voor de bezorgdag in. Dit houdt in dat je de dagen selecteert waarop je de pakketten overdraagt voor verzending evenals de cut-off tijden. De cut-off tijd is het uiterste tijdstip waarop je een bestelling kunt ontvangen om deze nog dezelfde dag te kunnen verzenden. Geef alle verzendingsopties een makkelijk herkenbare naam, zodat je klanten weten wat elke optie inhoudt. Verder hoeft je niets meer te doen.

Stap 3 De klant kiest de bezorgdatum

Wanneer de klant aankomt bij de stap 'verzending' in het checkout-proces, vult hij zijn adresgegevens in zoals altijd. Daarna verschijnt het **keuzemenu met de verschillende bezorgdagen**. De klant ziet nu de beschikbare verzendingsopties voor de zone (het land) waarin hij zich bevindt en de kosten die jij hebt gekozen in stap 1. Deze informatie is meteen zichtbaar in het keuzemenu, zodat het volledig transparant is voor de klant.

Stap 4 De bezorgdatum is geselecteerd

De klant kiest de gewenste bezorgdatum. Als de bestelling voor de cut-off tijd is geplaatst, kan de klant kiezen voor bezorging op de volgende dag of op een *andere datum binnen 7 dagen*. Nadat de gewenste datum is aangeklikt, voltooit de klant de aankoop zoals altijd. De gekozen bezorgdatum verschijnt daarna ook op het besteloverzicht. Vervolgens kun je de bestelling verwerken en verzenden!

Deel 4

Jouw checkout optimalisatie checklist

Om je te helpen bij het optimaliseren van je checkout-proces, van UX tot aan betalingen en verzending, hebben we een handige Checkout Optimalisatie Checklist voor je samengesteld.

In dit hoofdstuk vind je stap voor stap je weg naar de optimale checkout voor jouw webshop.



User experience (UX)

- ✓ Geef bovenaan het scherm een duidelijk zichtbare voortgangsbalk weer met alle stappen van de checkout.
- ✓ Zorg dat klantreviews en -beoordelingen (bijv. via TrustPilot) en logo's van verzend- en betaalopties duidelijk zichtbaar zijn.
- ✓ Bied de mogelijkheid voor een one-step checkout.
- ✓ Vermijd pop-upvensters tijdens de checkout.
- ✓ Bied kortingscodes niet tijdens de checkout aan, maar alleen ervoor of erna.
- ✓ Bied de klant de mogelijkheid om een bestelling te plaatsen met een gastaccount.
- ✓ Geef de klant de mogelijkheid om een account aan te maken nadat de bestelling met een gastaccount voltooid is.
- ✓ Zorg voor gedetailleerde productbeschrijvingen in het winkelmandje en tijdens de checkout.
- ✓ Geef de klant de mogelijkheid om in het winkelmandje en tijdens de checkout artikelen te verwijderen of de hoeveelheden aan te passen.
- ✓ Voeg een knop toe om terug te keren naar de winkel die makkelijk te onderscheiden is van de bestelknop.
- ✓ Bied de klant een overzicht van de bestelling als laatste stap in de checkout.

Betalingen

- ✓ Lokaliseer betaalopties, zodat je de betaalmethoden aanbiedt die het populairst zijn in de landen waar je klanten zich bevinden.
- ✓ Kies voor de betaalmethoden die het beste aansluiten bij de leeftijd van je doelgroep.
- ✓ Zorg voor een zorgvuldig geselecteerd aanbod aan betaalmethoden en toon de logo's van de betaalproviders tijdens de checkout.
- ✓ Bied de klant de mogelijkheid om achteraf te betalen.
- ✓ Kies de snelste betaalmethode, bijvoorbeeld door mobiele betaalmethoden op de productpagina's aan te bieden.
- ✓ Bied klanten aan om hun betaalgegevens op te slaan zodat ze de volgende keer met één klik kunnen bestellen.
- ✓ Gebruik een iFrame-betaloplossing voor een naadloze betaalervaring.

Verzending

- ✓ Overweeg om gratis verzending aan te bieden of een minimum bestelbedrag in te stellen voor gratis verzending.
- ✓ Wees transparant over verzendkosten voorafgaand aan het checkout-proces.
- ✓ Vermeld je verzend- en retourbeleid inclusief kosten op een duidelijk zichtbare plek.
- ✓ Bied klanten de keuze uit verschillende vervoerders.
- ✓ Kies vervoerders die lokaal bekend zijn en een goede reputatie hebben.
- ✓ Stel verzendregels in om het verzendproces te automatiseren.
- ✓ Bied standaard verzending van liefst niet meer dan 3 dagen.
- ✓ Bied same- of next day verzendopties tegen een premium tarief.
- ✓ Kies vervoerders die verschillende bezorgopties bieden voor meer gemak voor de klant.
- ✓ Communiceer alle informatie rondom verzending zo duidelijk mogelijk aan de klant en het liefst nog voor het checkout-proces begint.
- ✓ Bied klanten de mogelijkheid zelf een bezorgdatum te kiezen voor ultieme flexibiliteit en keuzevrijheid.





“In Nederland werken we met verschillende vervoerders en voegen we meerdere bezorgopties toe in de checkout: Same day delivery met RedJePakketje, Afhaalpuntlevering, pick-up in magazijn en thuislevering via DPD”

Kemal Tas | CEO & founder Ledstores

Volg ons!



Interesse? Neem gerust contact met ons op via contact@sendcloud.nl of meld je vrijblijvend aan via www.sendcloud.nl



★★★★★ 4,7

Start direct gratis!
sendcloud.nl