

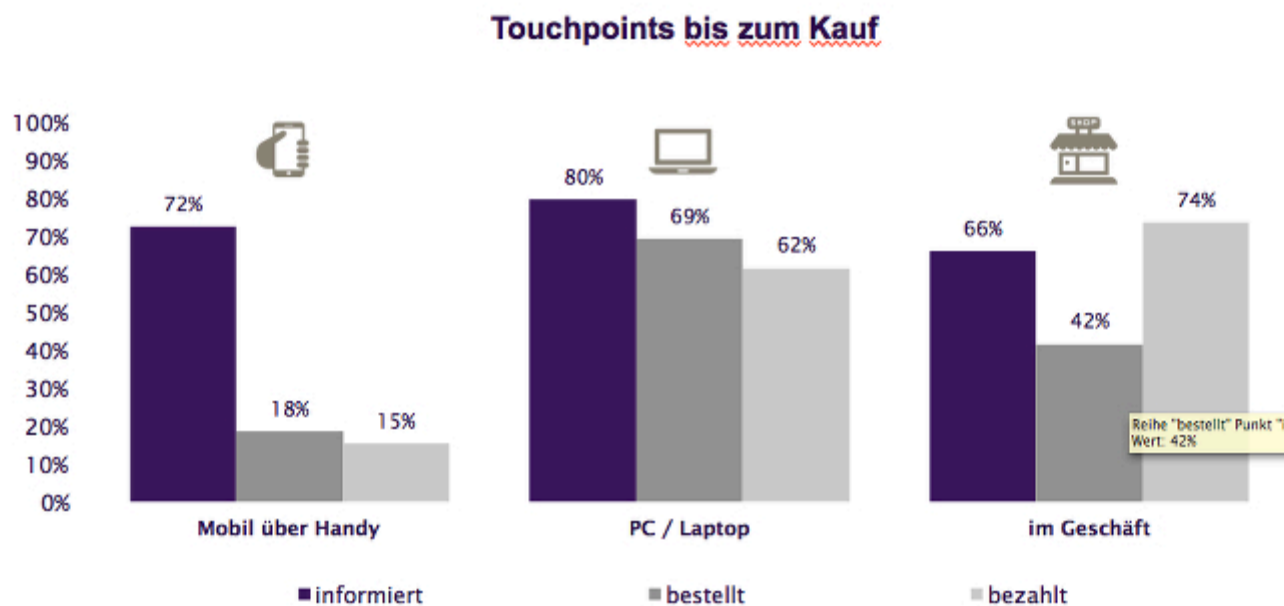
Mobile Shopping mit Strategie

Gepostet in [Mobil](#), [Studien](#) • 2 Monate alt • Geschrieben von [Redaktion](#) • [Keine Kommentare](#)

In Kooperation mit [Werbeplanung.at](#) „update“ hat die Mediaagentur [Mindshare](#) 250 User im Alter von 15 bis 59 online befragt, wie Mobile Shopping angenommen wird.

Mobile wird im Zuge der Customer Journey noch immer vorwiegend dazu verwendet, um sich gezielt über Produkte im Netz zu informieren. 72 Prozent der 15- bis 59-Jährigen nutzen das Mobile Device, um sich zu informieren, 18 Prozent bestellen und 15 Prozent bezahlen mit dem Smartphone. Im Vergleich zum Desktop-PC ist ein deutlicher Unterschied zu erkennen – dies ist am besten an der unten stehenden Grafik erkennbar.

Customer Journey E 15-59, Mehrfachantwort



Quelle: Mindshare [MindMinutes](#), n=250, E 15-59, Online-Interviews, [Feldzeit](#): KW 38/2015, in den letzten 6 Monaten

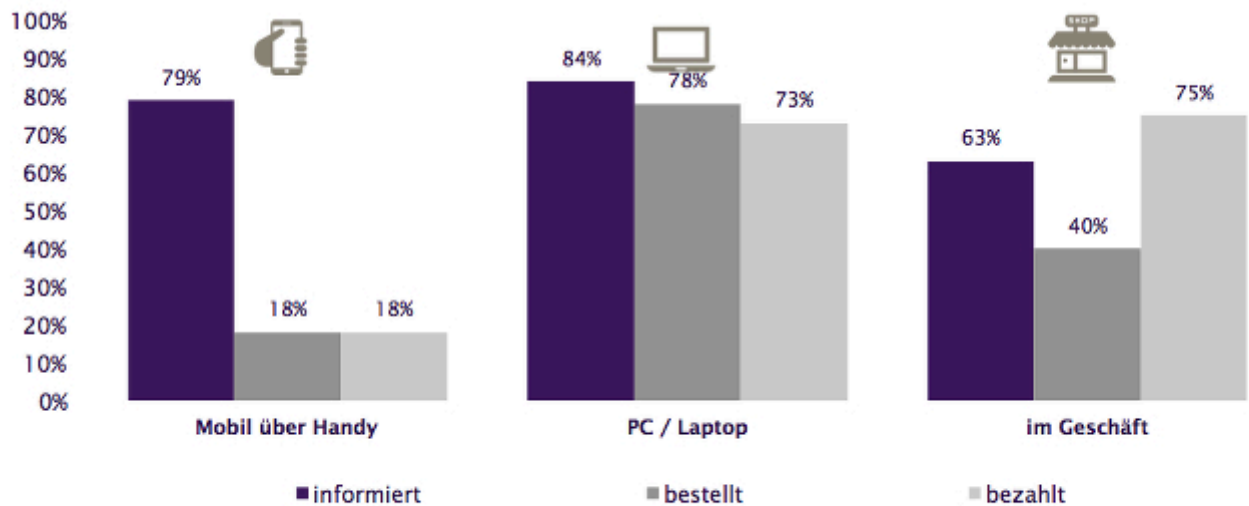
Grafik: Mindshare

Bei den 15- bis 29-Jährigen zeigt sich ein ähnliches Bild, wobei das Smartphone in dieser Altersgruppe sogar noch häufiger zur Informationsbeschaffung genutzt wird.

Customer Journey

E 15-29, Mehrfachantwort

Touchpoints bis zum Kauf



Quelle: Mindshare MindMinutes, n=250, E 15-59, Online-Interviews, Feldzeit: KW 38/2015, in den letzten 6 Monaten

Grafik: Mindshare



Sabine Auer, Business Planning Director Mindshare. (Foto Copyright: Werbeplanung.at)

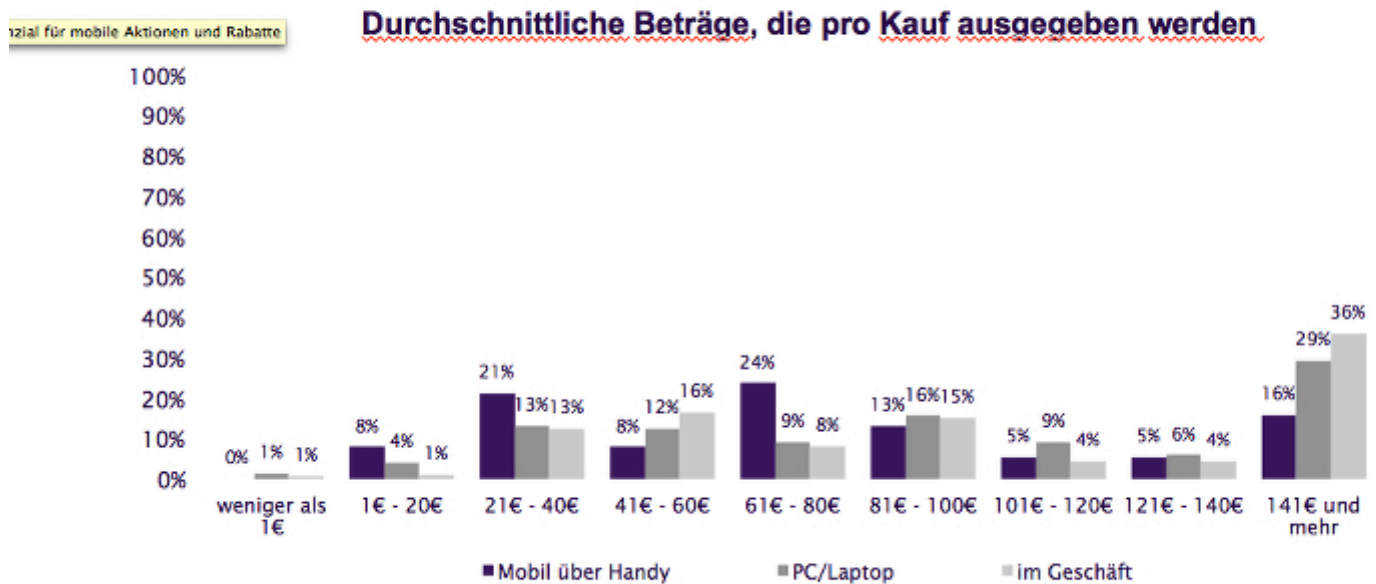
„Erwartungen der Nutzer sind heute sehr hoch“

„Mobile zwingt Händler dazu, sich mit der optimalen Mobile Strategie auseinanderzusetzen“, sagt Sabine Auer, Business Planning Director Mindshare. „Die Erwartungen der Nutzer sind

heute sehr hoch. Es geht um eine ordentliche Performance, hohe Funktionalität und am Ende um ein positives Käuferlebnis. Halbherzige Lösungen werden nicht toleriert.”

Interessante Facts bietet die Studie auch zur Höhe der Beträge, die mit den verschiedenen Devices bezahlt werden. Keiner der Befragten gibt an, schon jemals Beträge unter einem Euro mobil über das Handy bezahlt zu haben. Acht Prozent haben schon einmal mobil Beträge zwischen einem und 20 Euro bezahlt und 21 Prozent Beträge zwischen 21 und 40 Euro. Am häufigsten mit dem Handy wird bei einer Summe zwischen 61 und 80 Prozent beglichen (24 Prozent).

Beträge über € 140 werden im Geschäft ausgegeben E 15-59, Mehrfachantwort



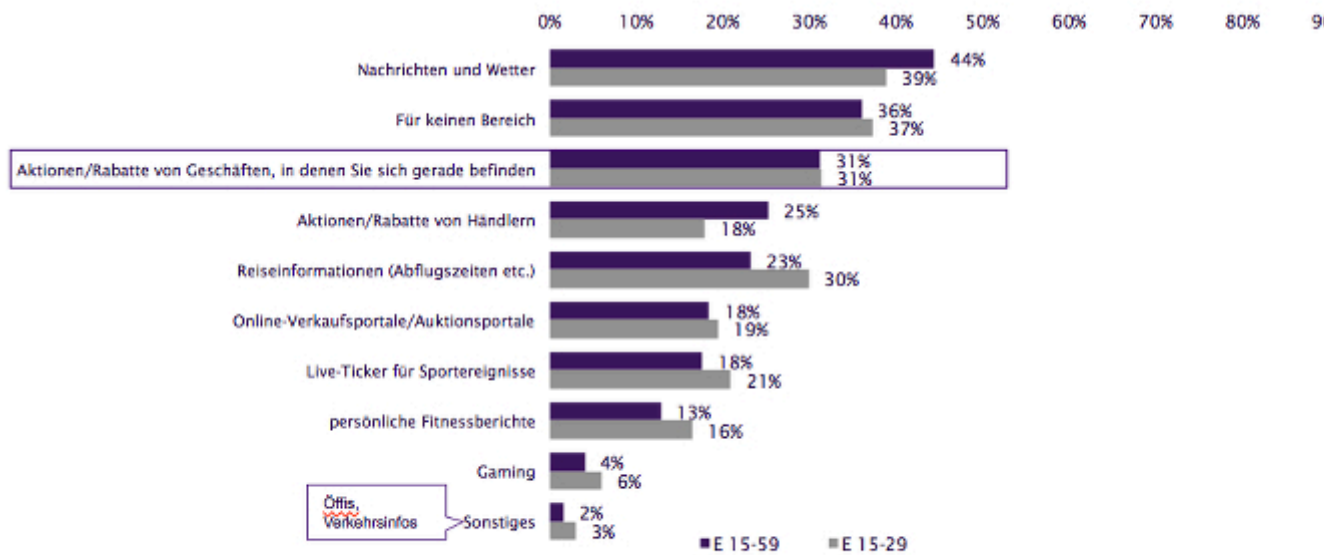
Grafik: Mindshare

Mit Push-Nachrichten können Anbieter potenzielle Kunden mit Angeboten oder Informationen zu Produkten versorgen. 31 Prozent der Befragten haben Interesse an Aktionen und Rabatten von Geschäften, in denen sie sich gerade befinden. Ebenfalls, so die Studie, verwendet jeder fünfte Befragte bereits Kundenkarten-Apps.

Potenzial für mobile Aktionen und Rabatte

E 15-59 vs. E 15-29

Interesse an Push-Nachrichten nach Kategorie



Quelle: Mindshare MindMinutes, E 15-59, n=250, E 15-29, n=87 Online-Interviews KW 38/2015

- See more at: <http://www.etailment.at/mobile-shopping-mit-strategie-3/#sthash.Ro3P5t1a.dpuf>