

# Post Purchase Umfragen Guide



**PROXATION**  
BUILDING BUSINESSES

Von:

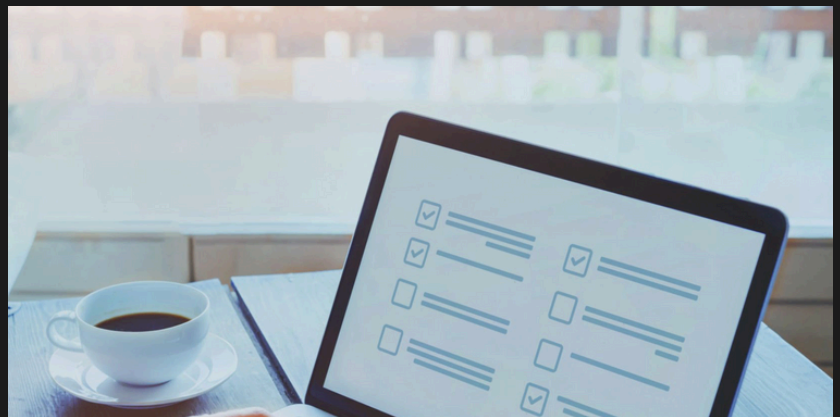
**Michael Holste**  
**Geschäftsführer**  
**Proxation GmbH**

Kontakt:

**michael.holste@proxation.de**  
**+49 (0) 89 4275 9987**

[www.proxation.de](http://www.proxation.de)

## Wichtig vor Q4!



Das Feedback, das Du durch Post-Purchase-Surveys erhältst, liefert Dir wertvolle Einblicke in das Verhalten und die Erwartungen Deiner Kunden. Indem Du diese Insights frühzeitig gewinnst, kannst Du Dein Sortiment, Deine Marketingstrategie und Deinen Kundenservice rechtzeitig anpassen, um im Q4 perfekt aufgestellt zu sein. Je besser Du Deine Kunden verstehst, desto gezielter kannst Du auf ihre Bedürfnisse eingehen und sie mit maßgeschneiderten Angeboten begeistern.

## Einer der schnellsten Wege um Deinen Marketing-Mix und Conversionrate noch rechtzeitig zu optimieren

Stell Dir vor, Du könntest nach jedem Kauf genau erfahren, wie Deine Kunden ihr Einkaufserlebnis bewerten, welche Produkte sie begeistert haben und wo sie sich noch Verbesserungen wünschen. Genau das sollen Dir **Post-Purchase-Survey (PPS)** ermöglichen. Indem Du Deine Kunden direkt nach ihrem Einkauf ansprichst, erhältst Du authentisches Feedback, das Du unmittelbar nutzen kannst, um Dein Angebot zu optimieren.

Erfahre mehr über Deine Kunden und steigere Deinen Umsatz!

Warum ist das so wichtig? Ganz einfach: Im wettbewerbsintensiven E-Commerce-Markt entscheiden oft die kleinen Details über Erfolg und Misserfolg. Wer seine Kunden versteht und ihre Bedürfnisse kennt, kann gezielt darauf eingehen und sich so einen entscheidenden Vorteil verschaffen. Gerade im Q4, dem umsatzstärksten Quartal des Jahres, kannst Du mit den richtigen Insights Deine Verkaufszahlen erheblich steigern.

Sprungmarken zu den wichtigsten Empfehlungen

[Unsere Empfehlung für Shops die noch keine Post-Purchase-Surveys nutzen](#)

[Tipps aus der Praxis zum Thema Post-Purchase-Surveys](#)

[Wie Proxation Dich im Setup unterstützen kann](#)



## Warum Post-Purchase-Surveys noch vor Q4 implementiert oder optimiert werden sollten

### 1. Nutze wertvolle Kunden-Insights, um Dein Angebot zu verbessern

Das Feedback, das Du durch Post-Purchase-Surveys erhältst, liefert Dir wertvolle Einblicke in das Verhalten und die Erwartungen Deiner Kunden. Indem Du diese Insights frühzeitig gewinnst, kannst Du Dein Sortiment, Deine Marketingstrategie und Deinen Kundenservice rechtzeitig anpassen, um im Q4 perfekt aufgestellt zu sein. Je besser Du Deine Kunden verstehst, desto gezielter kannst Du auf ihre Bedürfnisse eingehen und sie mit maßgeschneiderten Angeboten begeistern.

### 2. Identifiziere und behebe Schwachstellen im Kaufprozess

Das Q4 ist keine Zeit für viele Experimente. Deine Kunden erwarten einen reibungslosen und unkomplizierten Einkaufsprozess, besonders während des hektischen Weihnachtsgeschäfts. Durch Post-Purchase-Surveys kannst Du frühzeitig Schwachstellen im Kaufprozess identifizieren und beheben. Ob es um die Benutzerfreundlichkeit Deines Shops, die Geschwindigkeit des Bestellvorgangs oder die Klarheit der Produktbeschreibungen geht – jetzt ist der ideale Zeitpunkt, um Optimierungen vorzunehmen. So verhinderst Du, dass technische oder organisatorische Probleme Deine Q4-Umsätze schmälern.

### 3. Optimierte Deine Marketingstrategien auf Basis realer Daten

Die Daten, die Du aus Post-Purchase-Surveys gewinnst, können Dir helfen, Deine Marketingstrategien für das Q4 gezielt zu optimieren. Anstatt auf allgemeine Annahmen zu setzen, kannst Du Deine Kampagnen auf den tatsächlichen Wünschen und Bedürfnissen (Stichwort: Zero Party Daten!) Deiner Kunden aufbauen. So kannst Du sicherstellen, dass Deine Marketingmaßnahmen wirklich ankommen und eine maximale Wirkung erzielen. Ob es um personalisierte E-Mail-Kampagnen, gezielte Social-Media-Aktivitäten oder spezielle Angebote geht – mit den richtigen Daten bist Du bestens gerüstet, um Deine Kunden im Q4 zu überzeugen.



## Best Practices für die Erstellung von Post-Purchase-Surveys:

### Fragen, die den Unterschied machen

Die Qualität Deines Feedbacks hängt maßgeblich von den Fragen ab, die Du in Deinen Post-Purchase-Surveys stellst. Überlege genau, welche Informationen Du wirklich benötigst. Offene Fragen wie "Was hat Dir an Deinem Einkauf besonders gut gefallen?" oder "Gibt es etwas, das wir verbessern könnten?" geben Deinen Kunden die Möglichkeit, detailliertes Feedback zu geben - werden aber natürlich seltener beantwortet als sehr gezielte Fragen oder Fragen in Form einer Multiple-Choice-Abfrage. Auch gezielte Fragen zur Produktqualität, zur Benutzerfreundlichkeit Deines Shops oder zur Liefergeschwindigkeit können wertvolle Einblicke liefern. Wichtig ist, dass die Fragen präzise und auf den Punkt sind - so erhöhst Du die Wahrscheinlichkeit, dass Deine Kunden sich die Zeit nehmen, um zu antworten.

### Wichtig: Unterscheidung von Neu- & Bestandskunden

Für Neukunden liegt der Fokus darauf, die ersten Eindrücke zu verstehen, die Nutzerfreundlichkeit des Shops zu bewerten und mögliche Barrieren im Kaufprozess zu identifizieren. Bei Bestandskunden geht es darum, die Kundenzufriedenheit über die Zeit hinweg zu messen, die Gründe für wiederholte Käufe zu verstehen und die Bindung zum Shop weiter zu stärken.

### Timing und Platzierung

Der richtige Zeitpunkt für Deine Surveys ist entscheidend. Idealerweise - und so ist es auch meist üblich - platzierst Du die Umfrage direkt nach Abschluss des Kaufs auf der Bestellabschlussseite, wenn der Einkauf noch frisch in den Köpfen Deiner Kunden ist. Eine weitere Möglichkeit ist es, die Umfrage einige Tage nach der Lieferung der Ware zu senden (mit einem Link in der Mail), damit Deine Kunden auch die Qualität des Produkts bewerten können. Es kann sinnvoll sein, beide Zeitpunkte zu kombinieren, um umfassendes Feedback zu erhalten. Ein Tipp ist hier auch zu vermerken, dass der Kunde nach Abschluss der Umfrage einen Gutschein für den nächsten Kauf erhält. Das erhöht die Anzahl der Teilnehmer an Umfragen.

### Anonymität vs. persönliche Daten

Manche Kunden geben lieber anonymes Feedback, während andere bereit sind, persönliche Details zu teilen, um ihren Einkauf zu verbessern. Es ist wichtig, diese Präferenzen zu respektieren.



Biete Deinen Kunden daher die Möglichkeit, ihre Antworten anonym abzugeben, wenn sie das wünschen. Diese Flexibilität zeigt Deinen Kunden, dass Dir ihr Feedback wirklich wichtig ist und stärkt das Vertrauen in Deinen Shop.

## Tipps aus der Praxis für bessere Umfrageergebnisse

### 1. Anzahl der beantworteten Fragen um bis zu 300% steigern

Für wiederkehrende Kunden sollte die Befragung dort weitergehen, wo der Kunde zuletzt aufgehört hat, sodass einerseits nicht wieder dieselben Fragen beantwortet werden und andererseits die restlichen, noch nicht beantworteten Fragen direkt sichtbar sind. Gemäß dem Tool-Provider Fairing steigert dies die Beantwortung von Fragen um bis zu 300%.

### 2. Marketingmaßnahmen basierend auf den Umfrageergebnissen

Wenn Kunden z.B. besonders häufig die schnelle Lieferung, exzellente Produktqualität oder den herausragenden Kundenservice loben, sollten diese Punkte gezielt in den Google Ads Anzeigentexten und Meta-Beschreibungen für SEO hervorgehoben werden. Wenn viele Kunden von Preisvergleichsportalen kommen kann man erfragen, welche Produktgruppen für sie noch interessant wären und für diese Kunden nun weitere konkrete Produktvorschläge liefern. Umfrageergebnisse lassen sich auch mit Marketing Automations verbinden (bspw. mit Brevo), um automatisiert passende Aktionen auszuführen.

### 3. Optimiere Deine Marketingstrategien auf Basis realer Daten:

Die Daten, die Du aus Post-Purchase-Surveys gewinnst, können Dir helfen, Deine Marketingstrategien für das Q4 gezielt zu optimieren. Anstatt auf allgemeine Annahmen zu setzen, kannst Du Deine Kampagnen auf den tatsächlichen Wünschen und Bedürfnissen (Stichwort: Zero Party Daten!) Deiner Kunden aufbauen. So kannst Du sicherstellen, dass Deine Marketingmaßnahmen wirklich ankommen und eine maximale Wirkung erzielen. Ob es um personalisierte E-Mail-Kampagnen, gezielte Social-Media-Aktivitäten oder spezielle Angebote geht – mit den richtigen Daten bist Du bestens gerüstet, um Deine Kunden im Q4 zu überzeugen.



# Wie Proxation Dich im Setup und der Optimierung von Post Purchase Umfragen unterstützen kann

## 1. Beratung und Strategische Planung

**Proxation** kann den Shopbetreiber dabei unterstützen, eine maßgeschneiderte Strategie für die Einführung von Post-Purchase-Surveys zu entwickeln. Dies umfasst:

- **Bedarfsanalyse:** Eine umfassende Analyse der aktuellen Kundendaten und Verkaufsprozesse, um zu bestimmen, welche Informationen durch die Umfragen am Wertvollsten wären.
- **Zieldefinition:** Festlegung klarer Ziele für die PPS – z.B. Verbesserung des Kundenservices, Steigerung der Wiederkauftrate oder Optimierung des Einkaufserlebnisses.
- **Umfrage-Design:** Entwicklung eines optimierten Fragebogens, der relevante und umsetzbare Informationen liefert, ohne die Kunden zu überfordern.

## 2. Technische Implementierung

**Proxation** kann die gesamte technische Implementierung übernehmen:

- **Auswahl der Tools:** Beratung bei der Auswahl geeigneter PPS-Tools, die nahtlos in die bestehende Shopware-Infrastruktur integriert werden können.
- **Integration in den Checkout-Prozess:** Einrichtung und Konfiguration der PPS innerhalb des Shopware-Systems, einschließlich der Platzierung der Umfragen an strategisch sinnvollen Stellen (z.B. auf der Bestätigungsseite oder in Follow-Up-E-Mails).
- **Automatisierung:** Implementierung von Automatisierungsprozessen, um die Surveys automatisch an die Kunden zu senden, basierend auf ihrem Kaufverhalten und anderen Triggern.

## 3. Anpassung an Kundengruppen

**Proxation** kann helfen, die Post-Purchase-Surveys gezielt auf unterschiedliche Kundengruppen abzustimmen:

- **Segmentierung:** Unterstützung bei der Segmentierung der Kundenbasis, um maßgeschneiderte Umfragen für Neukunden, Bestandskunden, B2B usw. zu erstellen.



- **Personalisierung:** Personalisierung der Umfragen, um relevante Fragen für jede Kundengruppe zu stellen und damit die Rücklaufquote und die Qualität des Feedbacks zu maximieren.

#### 4. Analyse und Auswertung

Nach der Implementierung unterstützt **Proxation** bei der Auswertung und Interpretation der gesammelten Daten:

- **Datenanalyse:** Unterstützung bei der Analyse der Umfrageergebnisse, um wertvolle Erkenntnisse über Kundenverhalten, Vorlieben und mögliche Probleme zu gewinnen.
- **Berichterstattung:** Erstellen von verständlichen und umsetzbaren Berichten, die dem Shopbetreiber helfen, die gewonnenen Insights direkt in ihre Marketing- und Geschäftsstrategien einzubinden.
- **Optimierungsvorschläge:** Basierend auf den Ergebnissen liefert **Proxation** konkrete Empfehlungen zur Optimierung von Produktangeboten, Kundenservice, Website-Usability und Marketingkampagnen.



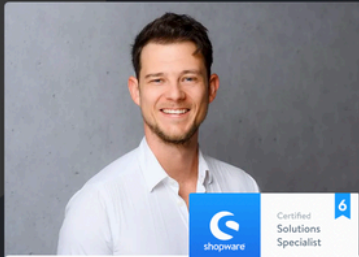
# Über Proxation



**Michael Holste**  
GESCHÄFTSFÜHRER


Als Gründer ist Michael seit Jahren für den beeindruckenden Erfolg von Proxation verantwortlich. Er ist für Neukunden der erste Kontakt und übernimmt Teile des Projektmanagements.





**Benny Löhnert**  
PROJECT LEAD

Benny stellt täglich sicher, dass die Projektplanung- und ausführung rund läuft und berät dich bei der Optimierung deines Online-Shops.





**Niklas Gödde**  
TECHNISCHER LEITER

Niklas lebt seit über 8 Jahren shopware, übernimmt die technische Konzeption unserer angebotenen Lösungen und programmiert zahlreiche shopware Plugins für unsere Kunden.



## Schnell zu zuverlässigen Lösung? Immer - mit den Experten von Proxation

Proxation ist als Silver Partner seit über 10 Jahren als Shopware Experte positioniert und beschäftigt u.a. auch Entwickler, die jahrelang bei der shopware AG gearbeitet haben. Neben Händlern betreuen wir auch zahlreiche Software-Anbieter (Brevo, Elopago oder Braintree) deren Shopware Integrationen wir von Grund auf entwickelt haben. Unsere Eigenentwicklungen im Community Store sind in über 3.000 Shops aktiv. Wenn ein proaktiver Partner mit umfassender Shopware Erfahrung gesucht wird bist Du bei Proxation an der richtigen Adresse.

## Kontakt:



Telefon  
**+49 (0) 89 4275 9987**



Mail  
**info@proxation.de**