

AbaShop wird mobiler und unterstützt Facebook und Twitter

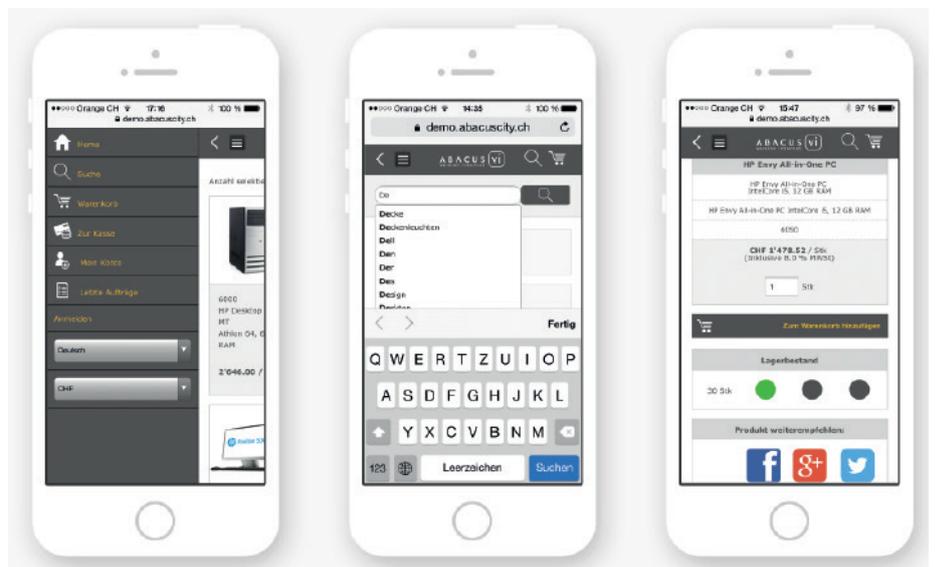
Über die Hälfte der Schweizerinnen und Schweizer nutzt derzeit das Internet über ein mobiles Endgerät wie Smartphone oder Tablet-PC. Die steigende Verbreitung solcher Geräte verlangt optimierte Webseiten und Online-Shops. Seitdem das Standard-Design des AbaShop vor Jahresfrist um HTML5 und CSS3 erweitert wurde, erfuhr es in der Zwischenzeit insbesondere im Bereich des Responsive-Design weitere Anpassungen.



"Responsive Webdesign" ist eine aktuelle Technik, dank der sich Inhalte einer Website, wie beispielsweise die eines E-Shops, auf unterschiedlichsten Endgeräten einheitlich aufbereiten lassen. Dabei wird das Layout so flexibel gestaltet, dass dieses auf dem PC, Tablet oder Smartphone eine gleichbleibende Benutzerfreundlichkeit bietet und die Auflösung dem mobilen Endgerät angepasst wird. Somit können Seiten sowohl mit der Maus als auch über einen Touchscreen effizient, sicher und bequem bedient werden. Das "Responsive Webdesign" ist die moderne und flexible Art der Webseitenaufbereitung im Gegensatz zu der in der Vergangenheit üblichen starren Konstruktion von Webseiten und Online-Shops.

Für die Menüführung wird bei Smartphones die Technik des sogenannten "Off-Canvas" eingesetzt. Direkt übersetzt heisst das, ausserhalb des Bilds oder der Leinwand

sein, und meint nichts anderes, als dass damit bei mobilen Endgeräten, wo nur wenig Platz zur Darstellung zur Verfügung steht, das Menü standardmässig verborgen wird.



Beispiele von AbaShop-Seiten auf Smartphones zeigen das Off-Canvas-Menü, Suche, Darstellung und Navigation.

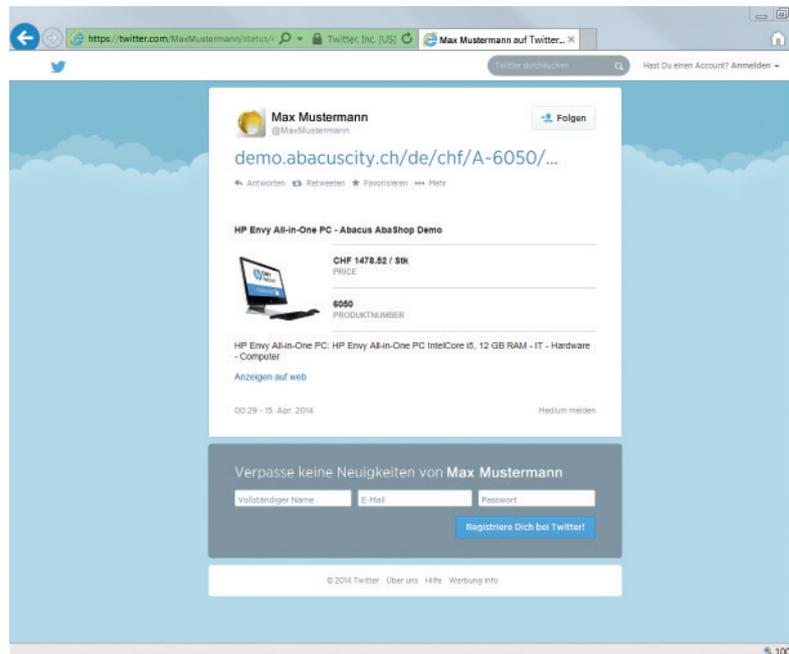
Nur wenn es benötigt wird, lässt es sich via Button in den sichtbaren Bereich der Webseite ziehen. Auch die Suchfunktion kann durch das Antippen einer Lupe jederzeit ein-/ausgeblendet werden. Alle Symbole wurden für die neue Version durch sogenannte SVG-Icons ersetzt. Dabei handelt es sich um Vektorgrafiken, die eine sehr geringe Dateigröße aufweisen, sich verlustfrei und ohne Zuwachs der Dateigröße skalieren lassen und mit JavaScript animiert oder verändert werden können.

Über den Link <https://demo.abacuscity.ch> lässt sich die Funktionsweise eines Muster-AbaShop mit unterschiedlichen Endgeräten ausprobieren.



Integration von Social Media

Dank der Integration der Social-Media-Plattformen Facebook, Twitter und Google+ stehen nun Funktionen wie "Gefällt mir" oder "Teilen" für einen Online-Shop oder von einzelnen Produkten bereits im Standard des AbaShop zur Verfügung. Ihre Aktivierung ist für einen Shop-Betreiber sehr einfach. Er muss dazu lediglich die ID seiner Konten in der Administration hinterlegen und die gewünschten Plattformen aktivieren. Diese Funktionen wurden variabel gestaltet, so dass jederzeit weitere Plattformen hinzugefügt werden können.



AbaShop integriert Funktionen von Social Media.

Mit Hilfe der Optimierung der Shop-Metadaten wird ein Verkaufsartikel den Social-Media-Plattformen nicht nur als direkter Link übermittelt, sondern zusammen mit seiner Artikelnummer, seiner Bezeichnung, der Beschreibung, dem Preis und mit Abbildungen zur Verfügung gestellt. So ist es bei Twitter zum Beispiel möglich, nur durch das Teilen eines Links sämtliche Produktdaten zu präsentieren.

Integration von Google Webmaster Tools

Google Webmaster Tools ist ein kostenloser Service von Google. Dieser liefert Informationen über die eigene Website. Damit lässt sich unter anderem feststellen, welche Webseiten auf die eigene Domain verlinkt sind, über welche Suchbegriffe die eigene Domain in der Suche gefunden wird und ob Probleme beim Indizieren der Seiten entstanden sind.

Darüber hinaus dienen diese Werkzeuge als Kommunikationskanal zwischen Shop-Betreiber und Google. Sobald es Schwierigkeiten mit einer Website gibt, wird der Webmaster damit benachrichtigt. Um Zugriff auf die in Google Webmaster Tools bereitgestellten Informationen zu

Mit dem Ausbau der Webshop-Lösung werden die aktuellsten Entwicklungen im Bereich des E-Commerce eingebunden.

einer Domain zu erhalten, muss nur die Inhaberschaft dieser Domain bestätigt werden. In der AbaShop-Administration muss dafür lediglich die Verifikations-ID hinterlegt werden. Google prüft dann, ob diese ID stimmt und bestätigt die Inhaberschaft.

Integration von Google-Analytics

Google-Analytics ist ebenfalls ein kostenloser Dienst von Google. Damit können nicht nur Umsatz und Verkäufe gemessen werden, sondern mit seiner Hilfe erfährt ein Betreiber auch vieles über die Nutzung seines Shops. So lässt sich zum Beispiel damit feststellen, welche Seiten und Produkte wie häufig angeklickt werden, auf welchen Wegen Nutzer dorthin gekommen sind und wie sich diese Nutzer zu regelmässigen Besuchern transformieren lassen.

Shop-Betreiber erhalten in Google-Analytics eine Tracking-ID für ihre Domain, welche in der AbaShop-Administration eingetragen werden kann. Dadurch werden die oben erwähnten Daten der Besucher aufgezeichnet und an das Google-Analytics-Konto der eingetragenen ID übermittelt.

Benutzerfreundliche URL, Suchmaschinenoptimierung, Subdomänen und SSL

In den letzten Wochen sind die bestehenden AbaShop auf sogenannte benutzerfreundliche URL umgestellt worden. Diese werden auch semantische oder suchmaschinenfreundliche URL genannt. So wird zum Beispiel für die Seite "Warenkorb" auf Deutsch die URL "meinshop.abacuscity.ch/de/basket" erstellt und analog für einen Artikel auf Deutsch mit der Währung Schweizer Franken, Artikelnummer



GoogleAnalytics wertet den Verkehr auf einem AbaShop aus.

und Bezeichnung etwa die URL "meinshop.abacuscity.ch/de/chf/A~6050/HP-Envy-All-in-One-PC-IntelCore-i5-12-GB-RAM".

Besucher des Online-Shops sind damit in der Lage, die Relevanz von benutzerfreundlichen URL schneller zu bewerten. Denn eine aussagekräftige Adresse wird in der Regel eher angeklickt als eine kryptische. Auch bei der Platzierung und der Anzeige von Suchergebnissen bei den gängigen Suchmaschinen sind solche URL von Vorteil.

Nebst den semantischen URL hat AbaShop gleichzeitig eine Verbesserung im Bereich der Suchmaschinenoptimierung (SEO) erfahren. Jetzt werden die gängigsten Anforderungen standardmässig erfüllt. So werden zum Beispiel der Titel, die Beschreibung und Schlüsselwörter dynamisch aufgrund der Artikeldaten ausgegeben sowie weitere nützliche Meta-Tags wie etwa die Canonical-URL automatisch mitgeneriert.

Im weiteren erhält jeder Betreiber für seinen Shop eine kostenlose Subdomain wie zum Beispiel "meinshop.abacuscity.ch". Er ist dadurch nicht gezwungen, eine eigene Domain zu registrieren. Alle Seiten des Shops sind nun ebenfalls standardmässig bereits durch SSL-Verschlüsselung geschützt. Beliebig viele weitere Subdomains können bei Bedarf sehr einfach hinzugefügt werden.

Auf Wunsch kann ein Shop-Betreiber seine eigene Domain wie beispielsweise "meinshop.ch" weiterhin verwenden. Da für eine eigene Domain nicht mehr das SSL-Zertifikat der AbacusCity benutzt werden kann, benötigt er allerdings ein eigenes Zertifikat eines Anbieters seiner Wahl. In diesem Zusammenhang ist die Ankündigung von Google interessant, dass Webseiten, die durchgängig mit SSL geschützt sind, eine stärkere Gewichtung bei den Suchergebnissen erhalten. Dabei stellte der Anbieter gleichzeitig in Aussicht, dass diese in Zukunft sogar noch ansteigen könnte.

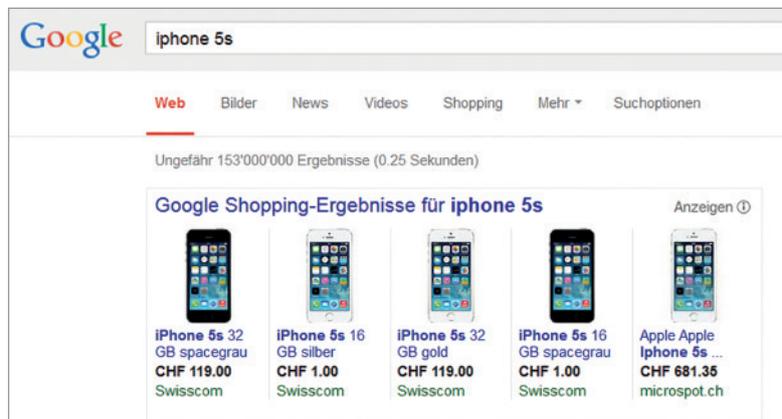
Task-Scheduler

Der neu in der AbaShop-Administration verfügbare Task-Scheduler führt geplante Aufgaben zum Aufbereiten von Daten in wöchentlich, täglich oder stündlich definierbaren Intervallen aus. Dies ermöglicht eine Vielzahl von unterschiedlichsten Anwendungen wie zum Beispiel die regelmässige Bereitstellung von Produktdaten für das Google Merchant Center und Preisvergleichsportale wie Toppreise.ch oder zum Erstellen einer Sitemap in HTML oder XML.

AbaShop ist optimal vorbereitet auf das zunehmend mobilere Shoppingverhalten.

Google Merchant Center

Im sogenannten Google Merchant Center werden die Produktdaten hochgeladen und für das Google Shopping oder andere Google-Dienste verfügbar gemacht. Die Artikeldaten werden dadurch in den Suchergebnissen und in der Produktsuche angezeigt, was zusätzliche Interessenten für ein Shop-Angebot anlocken kann.



Darstellung von Artikeln, die auf dem Google Merchant Center publiziert wurden und in der normalen Google-Suche an prominenter Stelle angezeigt werden.

Toppreise

Auf Toppreise.ch und ähnlichen Plattformen können sich potentielle Kunden im Voraus über aktuelle Angebote aus den verschiedensten Bereichen erkundigen. Diese lassen sich direkt miteinander vergleichen, wozu nur die entsprechenden Angebote ausgewählt werden müssen. Dieses System wird bereits seit längerer Zeit weltweit sehr erfolgreich eingesetzt.

Sitemaps

Eine Sitemap ist eine Liste über sämtliche Seiten einer Website. Mit Hilfe einer Sitemap kann sichergestellt werden, dass Suchmaschinen alle Seiten einer Website erkennen, einschliesslich solcher URL, die möglicherweise beim "Crawling" – dem Durchsuchen und Indexieren einer Website – unentdeckt bleiben.

Fazit

Mit dem weiteren Ausbau der Webshop-Lösung werden die aktuellsten Entwicklungen im Bereich des E-Commerce eingebunden. AbaShop ist somit optimal vorbereitet auf das zunehmend mobilere Shoppingverhalten und die immer engere Verlinkung mit Social-Media-Plattformen und weiteren Web-Systemen. ◆