Checkliste

auth0

Die Audit-Checkliste für digitale Abbrüche

Fördert Ihr Login-Ablauf Ihr Wachstum oder vertreibt er Kund:innen?

Es ist schon schwer genug, Benutzer:innen auf Ihre Website zu bringen. Wenn Sie sie dann bei der Registrierung oder beim Checkout wegen umständlicher Formulare, vergessener Passwörter oder unnötiger Anmeldeschritte verlieren, ist das schmerzhaft und teuer.

Die meisten Digital-Teams wissen von den Abbrüchen in ihrem Trichter, aber es ist nicht immer offensichtlich, wie viele dieser Verluste auf Identity-Management-Entscheidungen zurückzuführen sind, die vor Jahren getroffen wurden.

Verwenden Sie diese Checkliste, um Ihr aktuelles Setup zu überprüfen. Damit können Sie erkennen, wo unnötige Reibungspunkte Verkäufen im Weg stehen und wo einfache, moderne Sicherheitsmaßnahmen bei echten Käufer:innen für schnelle Abläufe sorgen können.

Anleitung: Kreuzen Sie jedes Kästchen an, das Ihrem aktuellen Setup entspricht. Wenn Sie sich nicht sicher sind oder wissen, dass Sie auf einen manuellen Workaround angewiesen sind, betrachten Sie diesen Punkt als offene Lücke.

1. Registrierung und Onboarding

- ☐ Können sich erstmalige Benutzer:innen mit nur einem Klick über Social Logins (Google, Apple) oder Passkeys registrieren?
- ☐ Ist Ihr erstes Registrierungsformular auf drei oder weniger Felder beschränkt (z. B. nur eine E-Mail-Adresse oder Telefonnummer)?
- ☐ Können Kund:innen einen Kauf tätigen oder Ihre App nutzen, ohne vorher eine E-Mail-Adresse zu verifizieren oder ein langes Profil ausfüllen zu müssen?
- ☐ Erfassen Sie zusätzliche Kundendaten schrittweise über mehrere Besuche hinweg, anstatt alles im Voraus abzufragen?

2. User Experience für wiederkehrende Benutzer:innen

- ☐ Können sich wiederkehrende Kund:innen auf unterstützten Geräten per Gesichts- oder Fingerabdruck-Scan (Touch ID, Face ID, Passkeys) anmelden?
- ☐ Bieten Sie als einfache Alternative zur Eingabe von Passwörtern Magic Links an, die per E-Mail oder SMS gesendet werden?
- ☐ Können Kund:innen ihren Account-Zugang direkt in Ihrer App oder auf Ihrer Website zurücksetzen, ohne auf langsame E-Mail-Reset-Schleifen warten zu müssen?
- ☐ Ist Ihr Login-Prozess direkt in Ihre Website integriert, sodass Benutzer:innen auf der Domain Ihrer Marke bleiben, ohne umgeleitet zu werden?

3. Cross-Channel-Sessions

- ☐ Verfügt jede:r Kund:in für alle Interaktionen auf Ihrer Website, in Ihrer mobilen App und in physischen Geschäften über einen einzigen, einheitlichen Account?
- ☐ Werden Benutzer-Sessions synchronisiert, sodass im Web angemeldete Kund:innen auf Mobilgeräten reibungslos erkannt werden?
- ☐ Wenn Besucher:innen zunächst als Gast stöbern und sich dann anmelden, um zur Kasse zu gehen, bleiben die gespeicherten Artikel im Warenkorb erhalten?
- ☐ Meldet Ihr System plötzliche, ungewöhnliche Änderungen während einer aktiven Session (z. B. einen plötzlichen Wechsel zu einem unerwarteten Gerät oder Standort)?

Checkliste

auth0

4. Entwicklererfahrung und Integration

- ☐ Kann Ihr Team neue Login-Methoden (z. B. Social Login-Optionen oder Passkeys) aktivieren, ohne umfangreichen benutzerdefinierten Code von Grund auf neu schreiben zu müssen?
- ☐ Lässt sich Ihr Identity-System über Standard-Tools und -Protokolle problemlos mit Ihren bestehenden Apps verbinden?
- ☐ Können Entwickler:innen bei Bedarf schnell benutzerdefinierte Geschäftsregeln oder Validierungsschritte in den Login-Ablauf einfügen?
- ☐ Synchronisiert Ihr Login-Setup Benutzerdaten reibungslos mit Ihrem nachgelagerten CRM, Ihren Marketing-Tools und Analyse-Engines?

5. Kundendaten und Kundenbindung

- ☐ Können Käufer:innen Ihrem Treueprogramm während des Bezahlvorgangs mit einem einzigen Klick beitreten, ohne ein zweites Formular ausfüllen zu müssen?
- ☐ Werden die Datenschutzeinstellungen, Kommunikationsoptionen und Marketing-zustimmungen der Kund:innen zentral gespeichert und aktuell gehalten?
- ☐ Erfragen Sie Kundenpräferenzen in geeigneten Situationen (z. B. nach einer abgeschlossenen Bestellung) anstatt während der Registrierung?
- ☐ Können Kund:innen ihre Profildetails, gespeicherten Einstellungen und angemeldeten Geräte problemlos selbstständig einsehen und aktualisieren?

6. Vorbereitung auf automatisiertes und KI-gestütztes Shopping

- ☐ Ist Ihr Backend-Setup darauf vorbereitet, sicher zuzulassen, dass KI-Einkaufsassistenten von Drittanbietern im Namen von Benutzer:innen stöbern oder einkaufen?
- ☐ Kann Ihr System externen Tools kurzlebigen, eingeschränkten Zugriff gewähren, ohne tatsächliche Account-Passwörter preiszugeben?
- ☐ Haben Sie klare Regeln festgelegt, die genau definieren, was ein automatisierter Prozess kaufen oder ändern darf?
- ☐ Können Benutzer:innen Berechtigungen, die sie externen Einkaufsassistenten oder Tools gewährt haben, auf einfache Weise überprüfen und widerrufen?

So berechnen Sie Ihren Score

Zählen Sie Ihre angekreuzten Kästchen, um zu sehen, wie es um Ihr Kunden-Setup steht:

21–24 Kästchen angekreuzt
Optimiert
Ihr Setup macht es Kund:innen extrem einfach, sich zu registrieren und einzukaufen, während die Authentifizierung im Hintergrund nahtlos abläuft.

14–20 Kästchen angekreuzt
Solide, aber mit Umsatzverlusten
Ihre zentralen Schritte funktionieren, aber verborgene Reibungspunkte in Ihren Formularen oder bei Anmeldeabläufen für wiederkehrende Benutzer:innen kosten Sie wahrscheinlich Umsatz.

Weniger als 14 Kästchen angekreuzt
Hohes Abbruchrisiko
Veraltete Anmeldeschritte und manuelle Hürden verlangsamen Ihren Checkout und treiben Käufer:innen zu Mitbewerbern.

Möchten Sie die Schwachstellen in Ihrem Registrierungsprozess beheben?

Die Identifizierung von Abbruchpunkten ist der erste Schritt. Um diese zu beheben, sollten Sie nicht Ihren gesamten Tech-Stack von Grund auf neu aufbauen müssen. Erfahren Sie mehr in unserem E-Book Playbook zur Vermeidung digitaler Checkout-Abbrüche: So reduzieren Sie Reibungsverluste beim Login.

Vereinbaren Sie eine kurze technische Scoping-Session mit Auth0-Architekturfachleuten. Wir gehen gemeinsam die Ergebnisse dieser Checkliste durch, sehen uns Ihre aktuelle User Journey an und zeigen Ihnen, wie Sie Reibungsverluste beim Checkout beseitigen, sodass mehr Besucher:innen zu zahlenden Käufer:innen werden.