



PayPal Auswirkungen auf Conversion, Kaufverhalten und Kundentreue

Basierend auf einer Nielsen-Studie, im Auftrag von PayPal, zum Verständnis und zur Messung des Einflusses von PayPal auf Großunternehmen in Deutschland. März 2021.



Auswirkungen von PayPal auf Händler in Deutschland

Um eine optimierte Conversion-Strategie zu demonstrieren, beauftragte PayPal Nielsen mit der Messung der Auswirkungen von PayPal auf:

474 Großunternehmen
in Deutschland + **10** verschiedene
Branchen

Mit PayPal sind Händler erfolgreicher:

Conversion



60%

Steigerung der Conversion, wenn PayPal ausgewählt wird.¹

Kunden konvertieren **8,7-mal** häufiger, wenn PayPal sichtbar angeboten wird.¹

Kaufverhalten



14%

Steigerung der Wiederholungskäufe, wenn PayPal angeboten wird.²

Kundengewinnung



2%

mehr Neukunden können konvertiert werden, wenn PayPal genutzt wird.²

NPS



5%-Punkte

Steigerung des NPS (Net Promoter Score) bei Zahlung mit PayPal.³

*Conversion is determined from the point at which customers start to pay

1. Nielsen, Commissioned by PayPal, a study to understand and measure the impact that PayPal has for DE-based LE merchants across different verticals (e.g., health & beauty, travel, fashion) by Nielsen Behavioural Panel of 175,653 desktop transactions from 55,060 DE consumers between October 2019 to September 2020.

2. Nielsen Media Behavioural Panel of desktop transactions from 55,060 Germany (DE) consumers from October 2019 to September 2020.

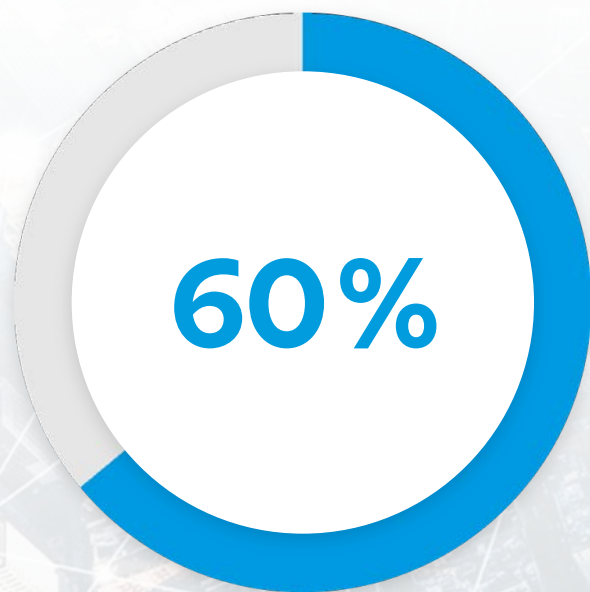
3. Nielsen Media Attitudinal Survey of Germany (January-February 2021) with 4,002 recent purchasers (past 2 weeks), including at least 200 PayPal transactions and 200 non-PayPal transactions per vertical.



Conversion

PayPal-Nutzer kaufen mit höherer Wahrscheinlichkeit,
wenn PayPal angeboten wird.

Das Käufernetzwerk von PayPal trägt mit Vertrauen und Glaubwürdigkeit zum Erfolg bei.



PayPal erhöht die Checkout-Conversion um **60%**.



Konsumenten kaufen mit einer **8,7-mal höheren Wahrscheinlichkeit** in Online-Shops, auf denen PayPal sichtbar angeboten wird.

8,7-mal

*Conversion is determined from the point at which customers start to pay

*Nielsen, Commissioned by PayPal, a study to understand and measure the impact that PayPal has for DE-based LE merchants across different verticals (e.g., health & beauty, travel, fashion) by Nielsen Behavioural Panel of 175,653 desktop transactions from 55,060 DE consumers between October 2019 to September 2020..



Kaufverhalten

PayPal gibt Käufern das nötige Vertrauen,
schnell und öfter zu kaufen.

Die Gewinnung eines neuen Kunden ist **5 bis 25-mal** teurer als die Bindung eines Bestandskunden.

PayPal trägt zur Steigerung des Käufervertrauens bei.

14% höhere Wahrscheinlichkeit von Wiederholungskäufen, wenn PayPal sichtbar angeboten wird.¹

7% höherer durchschnittlicher Bestellwert in der Kleidungsbranche bei Bezahlung mit PayPal.²





Net Promoter Score (NPS)

Zufriedene Kunden empfehlen
Händler, die PayPal anbieten

A photograph of two women sitting outdoors, looking at a smartphone together. The woman on the left has curly hair and is wearing a patterned cardigan over a dark top. The woman on the right is wearing a grey knit beanie and a brown sweater. They are both smiling and appear to be in a relaxed, outdoor setting with a bright, hazy background.

Eine sichtbare PayPal-Einbindung kann die Kundentreue steigern

+5%-Punkte

Anstieg des NPS und mehr Promotoren als andere Online-Zahlungsmethoden.

2/3 der Net Promoter Scores werden von den F1000 verwendet, um Kundentreue zu messen.*

*Fortune, The simple metric that's taking over big business, Geoff Colvin, May 18, 2020. - <https://fortune.com/longform/net-promoter-score-fortune-500-customer-satisfaction-metric/>

*Nielsen, Commissioned by PayPal, A Study to understand and measure the impact that PayPal has for DE-based LE merchants across different verticals

© 2021 PayPal Inc. Confidential and proprietary. (e.g., health & beauty, travel, fashion) by Nielsen Behavioural Panel of desktop transactions from 55,060 Germany (DE) consumers from October 2019 to September 2020..

PayPal hilft Händlern:

- die Checkout-Conversion zu steigern,
- durchschnittliche Bestellwerte zu steigern,
- Wiederholungskäufe zu generieren,
- Händlern und ihren Kunden ein gutes Einkaufserlebnis zu bieten,
- zu verstehen, wie wichtig die Präsenz von PayPals bekannter und vertrauenswürdiger Zahlungslösung ist, wodurch sich konkrete, messbare Vorteile ergeben.

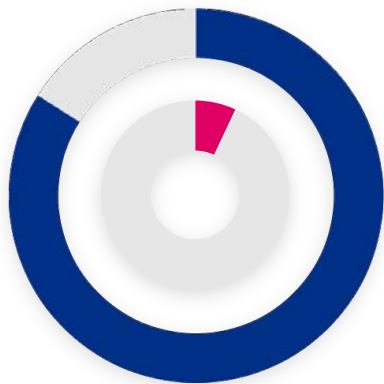
Positive Effekte von PayPal speziell für die Kleidungsbranche in Deutschland

Kleidung & Mode

Die Auswirkungen von PayPal im Vergleich zu anderen Online-Zahlungsmethoden.

84 % Conversion-Steigerung*
beim Bezahlvorgang¹

7 % höherer durchschnittlicher
Bestellwert²





Kleidung & Mode



höhere Conversion-Wahrscheinlichkeit
beim Online-Einkauf bei Händlern, die
PayPal sichtbar anbieten.

Nielsen, Commissioned by PayPal, a study to understand and measure the impact that PayPal has for DE-based LE merchants (excluding Amazon) across different verticals (e.g., health & beauty, travel, fashion) by Nielsen Media Behavioural Panel of Germany (DE) with desktop transactions from 32,831 consumers who are PayPal users, from October 2019 to September 2020. Considers merchants that sell different types of goods/services, such as household, office and marketplaces.

Für Breuninger. Wir sind jederzeit für Sie da.

Ihr festes Kundenbetreuungsteam bei PayPal bespricht gerne die nächsten Schritte mit Ihnen und beantwortet alle Ihre Fragen.



Sarah Mangold
Account Executive
smangold@paypal.com
+49 151 423 679 79



Elisabeth Jesse
Director Account Executive DEATCH
ejesse@paypal.com
+49 151 103 069 29



Anton Gartfelder
Solution Engineer
agartfelder@paypal.com
+49 151 189 194 77