

Aus der aktuellen Ausgabe des Magazins Webselling:

Magazin und Trends



„Wir konnten eindeutige Rückschlüsse auf den Erfolg oder Nichterfolg der verschiedenen Landing Pages ziehen. Nichts ist schlimmer, als einen potenziellen Neukunden noch zu verlieren, wenn man ihn schon auf die Website gebracht hat. Dank der Analyse wissen wir, wie wir unsere Klientel noch besser ansprechen können.“

Aisha Sahraoui,
Marketingchefin von callmobile

Der Mobilfunkdiscounter callmobile hat sich gefragt, welche Informationen wirklich wichtig für den Aufbau der Landing Page sind: Sind es hochwertige Grafiken oder doch die „Hard Facts“ eines Produktes?

Optimierung der Conversion Rate

Registrierung von Neukunden steigern

In Zeiten stark wachsenden Konkurrenzdrucks stellen sich Unternehmen, die ihre Produkte vor allem über das Internet vertreiben, immer häufiger die Frage: Wie kann ich das Optimum aus meiner Website herausholen? Was nützen einem Unternehmen Besucher, wenn sie vom Kaufabschluss nicht-überzeugt werden können? Der Mobilfunkdiscounter callmobile hat eine Lösung entwickelt, wie Sie mit einfachen Mitteln Ihre Conversion Rate optimieren und Ihren Gewinn steigern können. Um die Conversion Rate erfolgreich zu optimieren, hat sich callmobile mit dem Dienstleister Divolution zusammengesetzt. Der Prozess sei ganz einfach, sagt Aisha Sahraoui, Marketingchefin von callmobile: Die Landing Page werde in vier Module aufgeteilt: ein Header- und drei Informationsmodule. Für den Header haben die Hamburger drei verschiedene Varianten kreiert, für die In-

formationsmodule stehen für den Test sechs unterschiedliche Inhalte zur Verfügung. Insgesamt gibt es so 96 Möglichkeiten, die Landing Page zusammenzustellen. Im Testzeitraum von vier Wochen werden den Besuchern immer wieder anders zusammengesetzte Landing Pages angeboten. Kommt es zu einem Abschluss, bekommt jedes Modul einen Punkt. Aus den Modulen mit den meisten Punkten lässt sich am Ende der Analyse die optimale Landing Page generieren. Hinter dem Prozess steckt das Ziel, verschiedene Schwerpunkte wie Kreativität versus Informationen oder Lang- gegenüber Kurzversionen mit dem Erfolgskriterium „Anruf Tarifrufbuchung“ und „Online-Vertragsabschluss“ zu testen. „Mit 96 Varianten hat callmobile eine große Bandbreite an Möglichkeiten ausgelotet, um für potenzielle Kunden die bestmögliche Ansprache zu ermitteln“, erklärt Michael Beck, Geschäftsführer von Divolution. Das oberste Ziel der Analyse von callmobile heißt „Kunden-Registrierung“. Mithilfe der Analyse der Landing Page soll herausgefunden werden, welche Inhalte den Besucher an die Website fesseln, um sich letztendlich für das Produkt zu entscheiden. Im Falle des Hamburger Anbieters kristallisierte sich heraus, dass nicht aufwändige Animationen und Grafiken für den Besucher am wichtigsten sind.

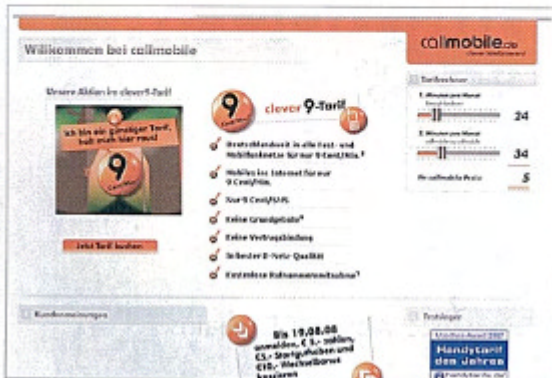
Vielmehr sind es die zentralen Produktinformationen, wie Tarif-Teaser und Aktionslaufzeiten. Auch Kundenmeinungen oder einzelne Referenzen, wie Awards, sind gefragt. „Das Ergebnis hat uns sehr überrascht“, gesteht Aisha Sahraoui. „Als Sieger der Analyse hatten wir eine Variante mit einer weitaus aufwändigeren grafischen Umsetzung



„Ohne statistische Signifikanz bringt das beste Ergebnis nichts.“

Michael Beck,
Geschäftsführer von Divolution

erwartet.“ Wichtig ist, dass die Analyse ein relevantes repräsentatives Ergebnis liefert. „Ohne statistische Signifikanz bringt das beste Ergebnis nichts“, sagt Beck. Bei callmobile wurden 25.000 Datensätze ausgewertet und die Verantwortlichen sind mit dem Ergebnis zufrieden. Wenn auch Sie solche Optimierungen der Landing Page durchführen wollen, sollten Sie sich die Ergebnisse und die Vorgehensweise von callmobile gut anschauen. Auch im „Leitfaden Online-Marketing“ von Torsten Schwarz finden Sie ein entsprechendes Kapitel, das wir allen Lesern ans Herz legen möchten. Die Umsatzsteigerungen lohnen die Mühe. ■



Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an

echopress • Marcus Nowak • Karlstr. 20 • 40210 Düsseldorf

Telefon: 0211 – 994 394 - 0 • Fax: 0211 – 994 394 - 19 • divolution@echopress.de