

So entlarven Sie Conversion Killer!



© Davidpstephens - Fotolia.com

Gabriel Beck | www.conversiondokter.de



conversion camp FRANKFURT 02.09.2010
Praxis. Wissen. Austausch.

100.000 Werbe-Einblendungen
50.000 Klicks
10.000 € Kosten
30 Leads
0,03 % Conversion Rate (über alles)

DIE Frage:

**„Wer oder was ist der
Conversion Killer?“**

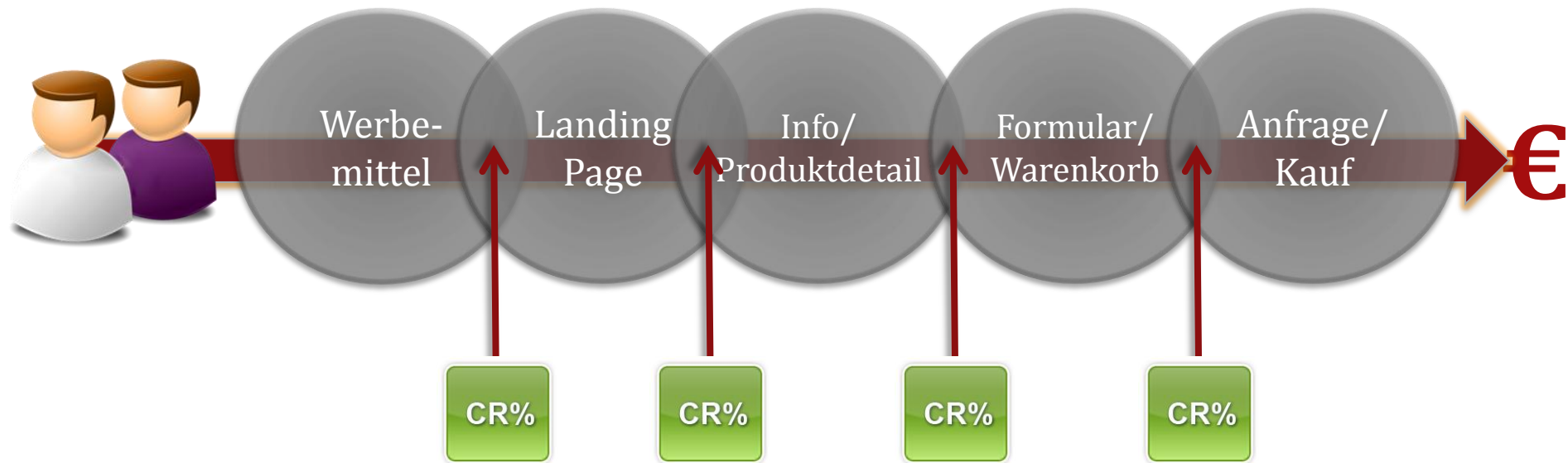
1. Wo beginnt die Suche?
2. Conversion Rates müssen gemessen werden!
3. Conversion Analyse – Verfahren
4. Conversion Killer – Landing Pages
5. Was bringt Landing Page Optimierung?

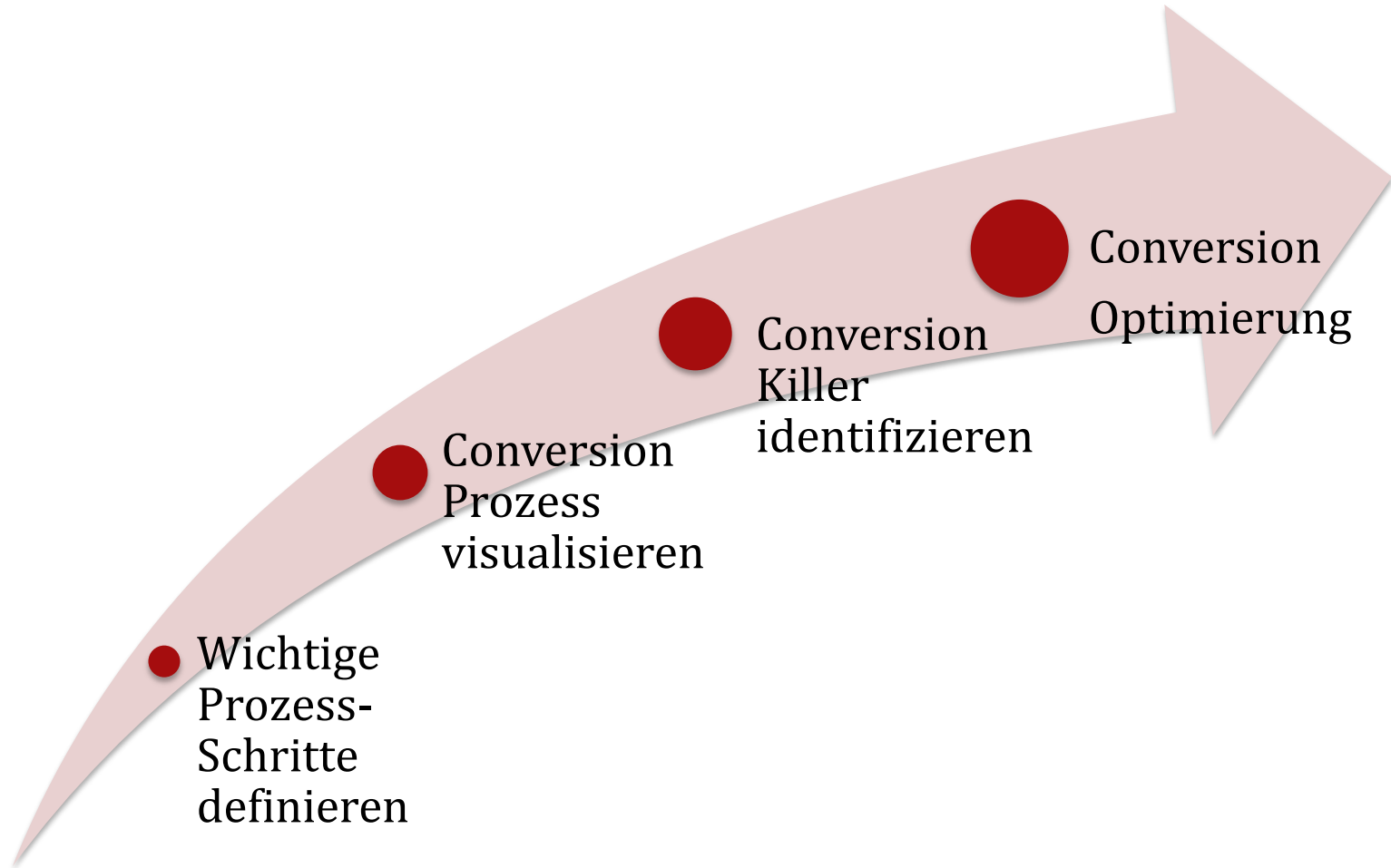
1. Wo beginnt die Suche?



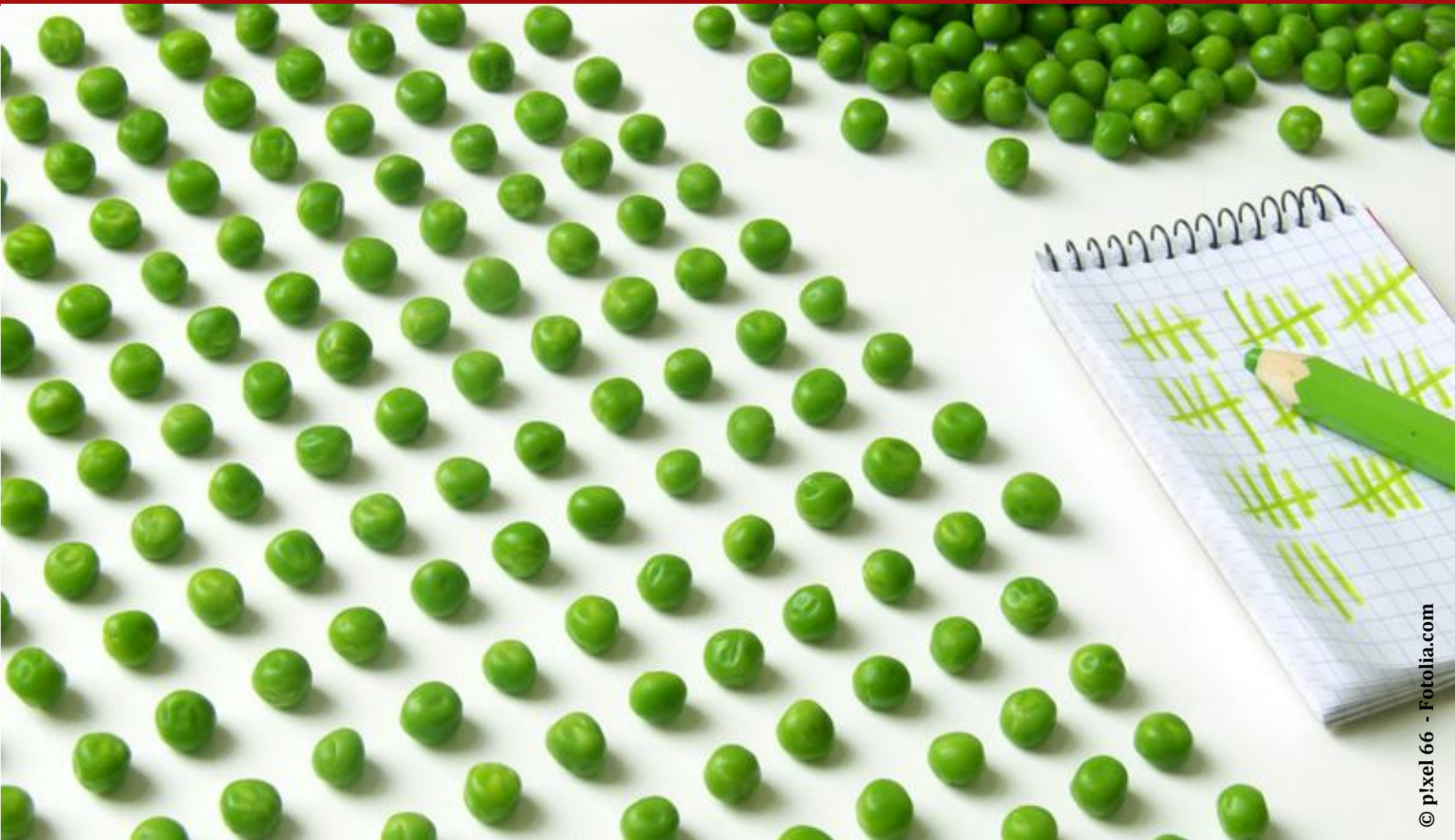
© Dmitry Naumov - Fotolia.com

1.1 Der Conversion Prozess



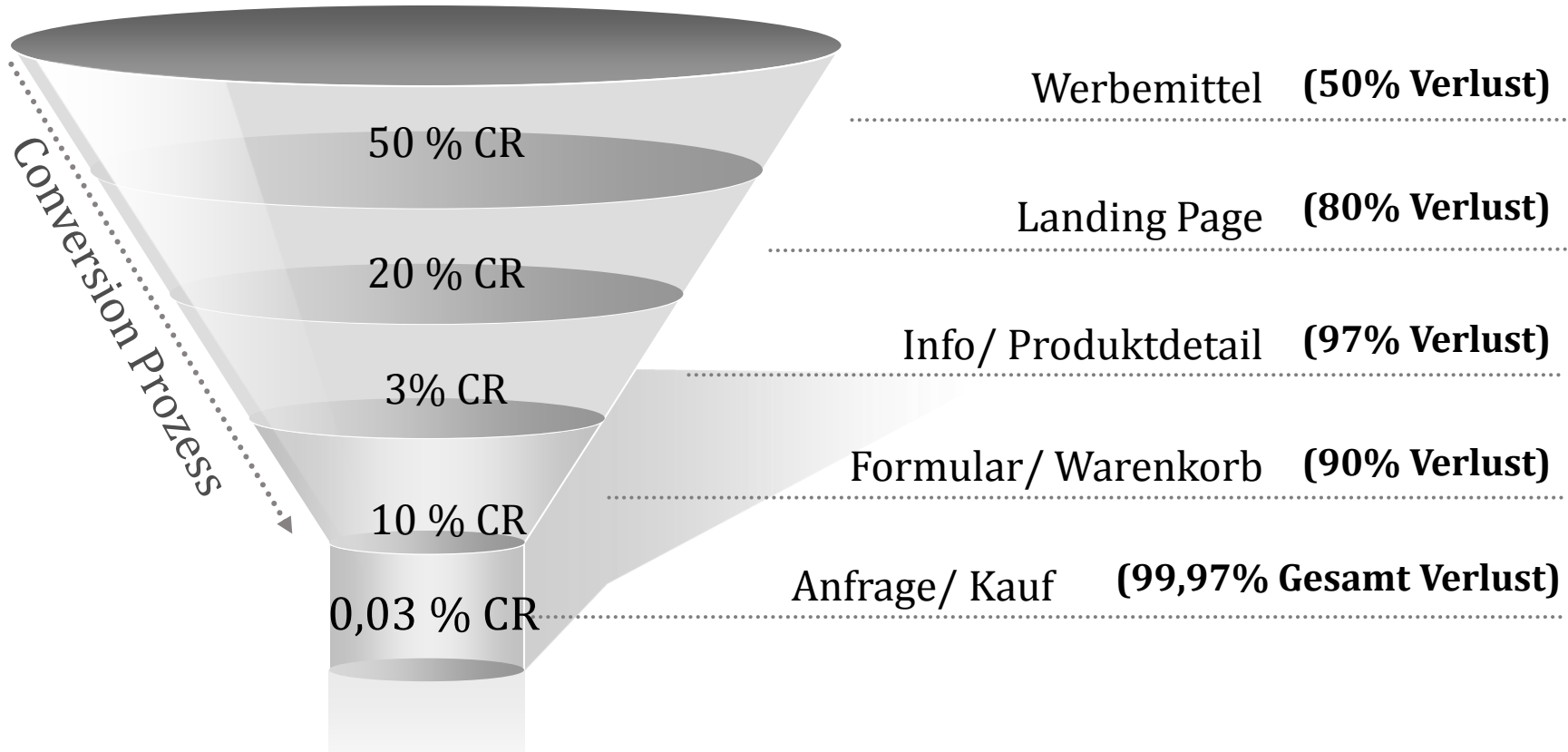


2. Conversion Rates müssen gemessen werden!



© pixel 66 - Fotolia.com

2.2 Conversion Funnel



Nach dem Werbemittel ist die **Landing Page** der Erstkontakt mit der Website/ Shop!

Landing Pages

- entscheiden über Klicken oder Wegklicken!
- sind häufig Erstkontakt mit Website
- hinterlassen einen (pos./neg.) Eindruck
- haben nur Millisekunden zum Überzeugen!

3. Conversion Analyse - Verfahren

Experten Analyse

Usability Labor

Webanalyse

...
Eyetracking

Mouse Tracking

Webanalytics

1. ist kostenlos (Ausnahmen ausgenommen)
 2. deckt Conversion Killer auf
 3. ist häufig schon implementiert
 4. dient gleichzeitig als Analyse- **und** Reporting-Tool
 5. ermittelt wichtige Zahlen (KPI) der Website/Shops
 6. kann auch mit Testing kombiniert werden
 7. ermöglicht Segmentierung
 8. kann als MaFo Tool genutzt werden
 9. visualisiert die Zahlenflut
 10. vereinfacht Zusammenhänge
- ... tut nicht weh!



4. Conversion Killer – Fokus Landing Pages



Fokus:
Landing Pages



© Davidpstephens - Fotolia.com



nach: Dr. Noriaki Kano

LP - Basis-Faktoren

- Technische Aspekte (Auflösung, Fehleranzeigen, Flash-Unterstützung, Ladezeit, etc.)
- Relevanz

LP – Leistungsfaktoren

- Angebot
- Usability Faktoren (Orientierung, Steuerbarkeit, ...)
- Design
- Vertrauen & Sicherheit






LP – Begeisterungsfaktoren

- Joy of use
- Interaktive Elemente
- Kostenlose Probe/ Porto etc.
- Sonderangebote











Was sind meine Top-Landing Pages?

4.3 Top Landing Pages und ihre Kennzahlen



Zielseiten

Ansichten:     

Einstiege **1.113.540** ? Absprünge **718.611** ? Absprungrate **64,53 %** ?
% der Website insgesamt: 100,00 % % der Website insgesamt: 100,00 % Website-Durchschnitt: 64,53 % (0,00 %)

Seite	Einstiege ↓	Absprünge	Absprungrate
1.  Landing Page 1	182.534	58.510	32,05 %
2.  Landing Page 2	164.787	151.242	91,78 %
3.  Landing Page 3	69.905	56.487	80,81 %
4.  Landing Page 4	52.423	19.660	37,50 %
5.  Landing Page 5	27.792	21.541	77,51 %
6.  Landing Page 6	19.058	17.350	91,04 %
7.  Landing Page 7	16.816	14.451	85,94 %
8.  Landing Page 8	16.388	13.730	83,78 %
9.  Landing Page 9	14.537	5.160	35,50 %
10.  Landing Page 10	13.068	10.445	79,93 %

Filter Seite: mit Los geht's! **Erweiterte Filter**

Gehe zu: Zeilen anzeigen: 1 - 10 von 227.840  

Google Analytics: Content > Beliebteste Zielseiten

Conversion Killer 1

Falsche oder fehlende Landing Pages

**„Wir nehmen das, was da ist“
oder besser:
„Alles auf die Startseite“**

- Viele Website- und Shop-Betreiber erstellen keine speziellen Landing Pages
- bzw. optimieren Ihre Einsprungziele nicht
- Kein A/B Testing für Landing Pages
- Die Startseite muss nicht immer die beste Brand-Landing Page sein!

Aufgrund von falschen oder fehlenden **Landing Pages** wird Online Budget verjubelt!

Conversion Killer 2

Relevanz

„Was will ich denn hier?“

4.5 Conversion Killer 2 - Relevanz



HOME ZIMMER AKTUELLES RESERVIERUNG
RESTAURANT LAGE ANFAHRT IMPRESSUM



**Zur
Quelle**
Landgasthof

Zwischen Bad Orb und Bad Soden-Salmünster liegt an der Deutschen Märchenstraße, mit herrlichem Blick in das liebeliche Kinzigtal, der kleine Ort Aufenau. Es ist ein idealer Ausgangspunkt für Ausflüge in die Region.

Dort begrüßen wir Sie in unserem gemütlichen und ruhig gelegenen Landgasthof "Zur Quelle", einem gastlichen Hotel und Restaurant, das in der fünften Generation im Familienbesitz ist.

Aktuell: ab Januar 2009 sind wir vom DEHOGA zertifiziert als Hotel der Kategorie "3 Sterne".

ZIMMER...

Web Bilder Videos Maps News Shopping E-Mail Mehr ▾

Google [Erweiterte S...](#)

Suche: Das Web Seiten auf Deutsch Seiten aus Deutschland






Web [+ Optionen anzeigen...](#) Ergebnisse 1 - 10 von un...











14. Februar Valentinstag
gasthof-zur-quelle.de/valentinstag Übernachtung mit Sektf Frühstück, 4-Gänge-Menü, Thermenbesuch inkl.!

0,43 € verbubelt!

4.5 Conversion Killer 2 – Relevanz

Zielseiten

Ansichten:     

Einstiege 1.113.540 % der Website insgesamt: 100,00 %		Absprünge 718.611 % der Website insgesamt: 100,00 %		Absprungrate 64,53 % Website-Durchschnitt: 64,53 % (0,00 %)	
	Seite	Einstiege ↓	Absprünge	Absprungrate	
1.	 Landing Page 1	182.534	58.510	32,05 %	
2.	 Landing Page 2	164.787	151.242	91,78 %	
3.	 Landing Page 3	69.905	56.487	80,81 %	
4.	 Landing Page 4	52.423	19.660	37,50 %	
5.	 Landing Page 5	27.792	21.541	77,51 %	
6.	 Landing Page 6	19.058	17.350	91,04 %	
7.	 Landing Page 7	16.816	14.451	85,94 %	
8.	 Landing Page 8	16.388	13.730	83,78 %	
9.	 Landing Page 9	14.537	5.160	35,50 %	
10.	 Landing Page 10	13.068	10.445	79,93 %	

Die Absprungrate (Bounce Rate) ist eine Messgröße für die Relevanz einer Landing Page.

4.5 Conversion Killer 2 – Relevanz



Zielseiten

Ansichten:

Einstiege **1.113.540** ? Absprünge **718.611** ? Absprungrate **64,53 %** ?
% der Website insgesamt: 100,00 % % der Website insgesamt: 100,00 % Website-Durchschnitt: 64,53 % (0,00 %)

Seite	Einstieg	Absprung	vergleichen mit dem Website-Durchschnitt
1. Landing Page 1	182.534		-50,33 %
2. Landing Page 2	164.787	42,22 %	
3. Landing Page 3	69.905	25,21 %	
4. Landing Page 4	52.423		-41,89 %
5. Landing Page 5	27.792	20,10 %	
6. Landing Page 6	19.058	41,07 %	
7. Landing Page 7	16.816	33,16 %	
8. Landing Page 8	16.388	29,82 %	
9. Landing Page 9	14.537		-45,00 %
10. Landing Page 10	13.068	23,85 %	

Filter Seite: mit Los geht's! **Erweiterte Filter**

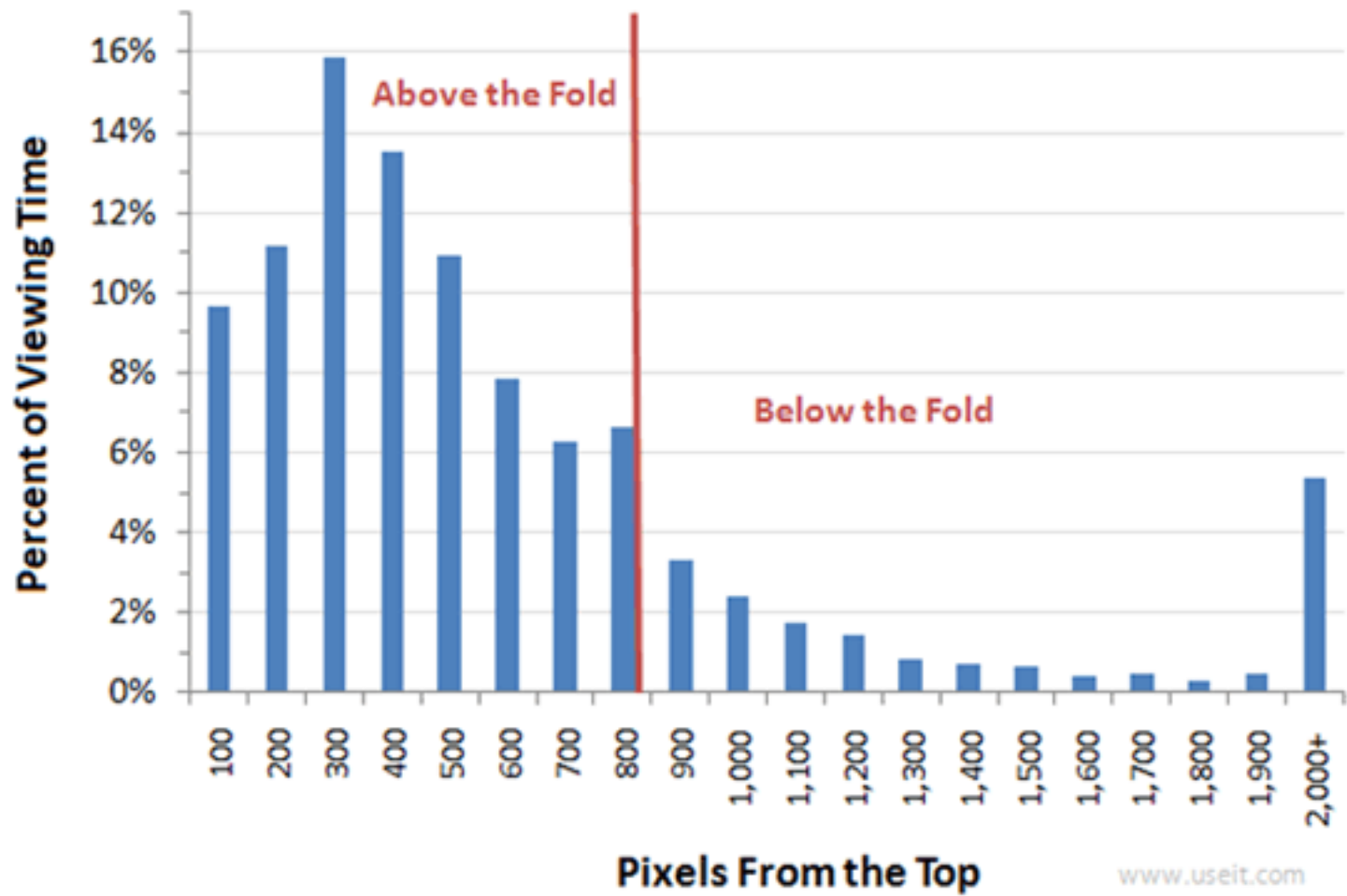
Gehe zu: Zeilen anzeigen: 1 - 10 von 227.840

Conversion Killer 3

Bildschirmauflösungen

„Ich sehe was, was Du nicht siehst“

4.6 Conversion Killer 3 - Bildschirmauflösungen



Aufenthaltsdauer auf Webseiten von oben nach unten

Bildquelle: www.useit.com - Scrolling and Attention

4.6 Conversion Killer 3 - Bildschirmauflösungen



.comdirect
Ihr Geld kann mehr

Beraten Verkäufen

Depot mit Anlageberatung
> Unabhängig, transparent, günstig

BeratungsDepot | Beratung | Preise & Konditionen

Depot und Anlageberatung in einem!

Entscheiden Sie sich jetzt für das kostenlose BeratungsDepot² der comdirect. Nutzen Sie die börsentägliche, systemgestützte Überwachung Ihres Depots und profitieren Sie von konkreten Handlungsempfehlungen Ihres Beraterteams - telefonisch oder online!

Ihre Vorteile:

- Absolute Kostentransparenz
- Beratungshonorar statt Verkaufsprovisionen
- Neutralität durch anbieterunabhängige Empfehlungen
- Geld-zurück-Garantie: Bei Unzufriedenheit mit der Beratung Möglichkeit der Kündigung des Anlageberatungsvertrags in den ersten drei Monaten nach Vertragsabschluss. Erstattung der gezahlten Beratungsgebühren.¹

Mit Geld-zurück-Garantie!!

Weitere Informationen

- Infopaket anfordern
- Eröffnungsunterlagen für Neukunden (PDF)
- Mehr zum BeratungsDepot

Termin vereinbaren

- Rückruf-Service

Britta H., Anlageberaterin bei comdirect:
"Wir beraten Sie gern."
Anlageberatung PLUS
01803-66 46 64
(0,09 Euro/Min. aus dem Festnetz der Dt. Telekom / Mobilfunkpreise ggf. abweichend)

Eröffnen Sie jetzt das kostenlose BeratungsDepot und testen Sie die Anlageberatung PLUS.

Infopaket anfordern

Nicht sichtbar bei 1.024 x768

1 - Empfohlene Käufe und Verkäufe werden nicht rückabgewickelt.
2 - Das BeratungsDepot ist nur in Verbindung mit der Abschlussartikeln DLUK-Verträge

Was ich sehe...

- kann ich lesen
- kann ich beurteilen
- kann mich überzeugen
- kann ich klicken
- muss ich nicht suchen!

4.6 Conversion Killer 3 - Bildschirmauflösungen

Dashboard

Intelligenz Beta

Besucher

- Übersicht
- Benchmarking
- Karten-Overlay
- Neu und wiederkehrend
- Sprachen
- Besuchertrends
- Besuchertreue
- ▼ Browserfunktionen
 - Browser
 - Betriebssysteme
 - Browser und Betriebssysteme
 - Bildschirmfarben
 - Bildschirmauflösungen**
 - Flash-Versionen
 - Java-Support
- Netzwerkeigenschaften
- Mobil
 - Benutzerdefiniert
 - Benutzerdefinierte Variablen

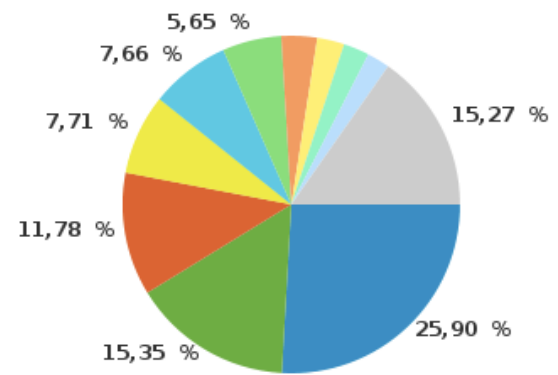
Zugriffsquellen

- Content
- Ziele

Website-Nutzung Zielgruppe 1 Ansichten: [Grid] [List] [Table] [Chart] [Full]

Besuche 3.719.901 % der Website insgesamt: 100,00 %	Seiten/Besuch 2,11 Website-Durchschnitt: 2,11 (0,00 %)	Durchschn. Besuchszeit auf der Website 00:02:02 Website-Durchschnitt: 00:02:02 (0,00 %)	% Neue Besuche 72,44 % Website-Durchschnitt: 72,28 % (0,22 %)	Absprungrate 60,50 % Website-Durchschnitt: 60,50 % (0,00 %)
---	--	---	---	---

Seitenauflösung	Keine	Besuche	Besuche	Anteil von Seitenauflösung am Gesamtergebnis:	Besuche
1. 1024x768		963.518	25,90 %	15,27 %	
2. 1280x800		570.988	15,35 %	7,66 %	
3. 1280x1024		438.318	11,78 %	7,71 %	
4. 1366x768		286.840	7,71 %	5,65 %	
5. 1440x900		284.774	7,66 %	7,18 %	
6. 1680x1050		210.264	5,65 %	11,78 %	
7. 1920x1080		127.182	3,42 %	15,35 %	
8. 1152x864		96.994	2,61 %		
9. 1024x600		92.063	2,47 %		
10. 1600x900		81.162	2,18 %		



Filter Seitenauflösung: mit [Dropdown] [Input] Los geht's! Erweiterte Filter

Gehe zu: 1 Zeilen anzeigen: 10 1 - 10 von 4.085

- Auf die Höhe achten!
- Wichtige Elemente sichtbar machen!

Conversion Killer 4

Das Formular

„Machen Sie sich bitte jetzt nackig“

Anrede Frau Herr

Vorname

Name

Straße/Nummer

PLZ/Ort

Land Deutschland ([Lieferung ins Ausland?](#))

Geburtsdatum TT . MM . JJJJ

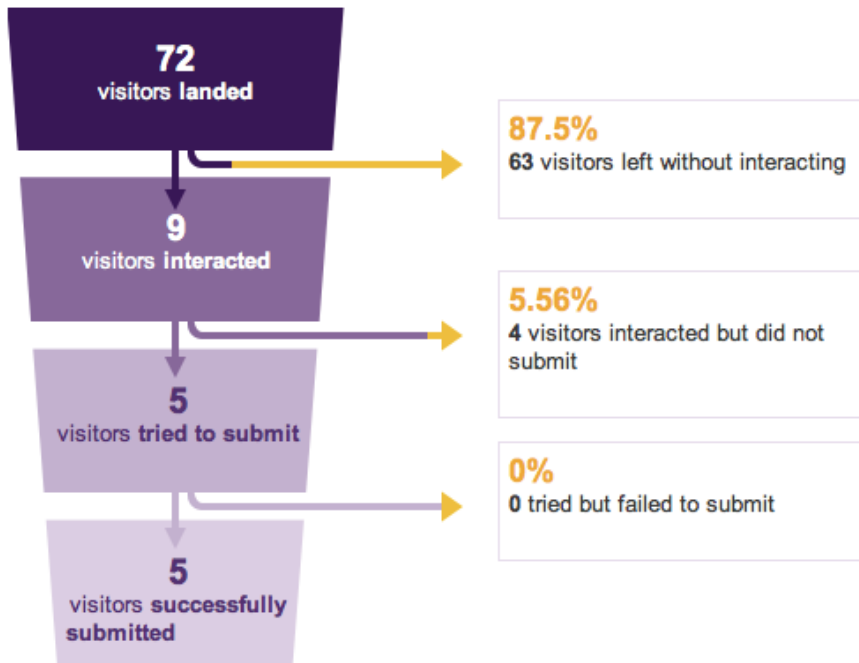
E-Mail-Adresse*

- Mouse Tracking Tool erkennt Felder automatisch
- Aufzeichnung der User Aktivitäten im Formular
- Messung von Absprünge, Zeit pro Feld, Gesamt-conversion-Rate etc.

Conversion Report



This report shows how many visitors completed or abandoned each stage of your form. Click below to view visitor sessions that correspond to each stage.



6.94%

Conversion Rate

(5 out of 72 visitors)

Conversion Report zeigt wie viele User...

- auf Formular gelandet sind
- interagiert haben
- versucht haben, abzuschließen
- tatsächlich abgeschlossen haben



Report	Welche Fragen werden geklärt?
Conversion Report	Wie viele User haben erfolgreich abgeschlossen?
Drop Report	Bei welchen Feldern brechen User ab?
Time Report	Welche Felder benötigen die meiste Zeit zum Ausfüllen?
Blank Field Report	Welche Felder werden leer gelassen?
Refill Report	Welche Felder werden mehrfach ausgefüllt?

5. Was bringt Landing Page Optimierung?



© Sergey Galushko - Fotolia.com

Case Study – Landing Page Optimierung



UniProfirente 4P: Die ausgezeichnete Riester-Rente vom Marktführer*

Wählen Sie 'UniProfirente 4P', Deutschlands beliebteste Riester-Rente*, als Basis für Ihre Altersvorsorge. Ihre staatlich geförderten Einzahlungen sowie die staatlichen Zulagen sind zu Beginn der Rentenzahlung garantiert.

Vorteile:

- **Staatliche Förderung*** Ihre Einzahlungen werden mit Zulagen gefördert. Durch den Sonderausgabenabzug können Sie investiert zusätzlich sparen.
- **Hohe Ertragschancen** Ihre Einzahlungen können bis zu 100 Prozent in Aktien investiert werden.
- **100 Prozent Garantie** Ihre Einzahlungen und die staatlichen Zulagen sind zu Beginn der Rentenzahlung garantiert.
- **Abgeltungssteuerfrei** Bei der Auszahlung gilt die „zuchsigerte Besteuerung“ zum persönlichen Einkommensteuertarif, der in aller Regel geringfügig ausfällt.
- **Hartz IV sicher?** Im Fall der Arbeitslosigkeit werden Guthaben aus Riester-Verträgen nicht als Vermögen angerechnet.
- **Überschulden?** Einzahlungen über den Fälligkeitsschritt sind möglich und werden vom Staat befreit.
- **Sicherheit** Die am Altersende erhaltenen Einlagen können Sie vor Rentenzahlung durch kostenfreie Umschichten in einen Rentenfonds sichern.
- **Lebenslange Rente** Dank der frei wählbaren Rente ist eine kombinierte Fonds- und Versicherungslösung.
- **Flexibel** Sie können Ihre Sparraten jederzeit anpassen oder aussetzen. Zu Beginn der Auszahlung haben Sie die Möglichkeit, bis zu 30 Prozent des angesparten Vermögens die Rentenzahlung zu entnehmen.
- **Vorsicht** Eine Vererbung Ihres angesparten Fondsvermögens ist möglich – Ihr Ehepartner bei Übertrag auf einen Altersvorsorgevertrag auch ohne Rückzahlung der staatlichen Förderung.

Ihre Vorteile beim Marktführer*

- ✓ 25 Prozent und mehr staatliche Förderung¹
- ✓ Lebenslange Rente
- ✓ Hohe Ertragschancen
- ✓ Flexibel anpassbar
- ✓ Abgeltungssteuerfrei
- ✓ Hartz IV sicher im Fall der Arbeitslosigkeit²

Unsere starken Referenzen

Capital MarktZ | 2009
Top-Fondsgesellschaft
★★★★★
REKOMMENDATION
Union Investment
Ausgabe 11/2009

Stiftung Warentest Finanztest
Im Test: 33 Riester-Fonds-Produkte
Ausgabe 11/2009

UniProfirente 4P

Über 1,7 Millionen Menschen vertrauen auf die Riester-Rente vom Marktführer*

UniProfirente 4P Nr. 1* in Deutschland

Entscheiden auch Sie sich für UniProfirente 4P als Basis für Ihre Altersvorsorge. Sichern Sie sich so die Riester-Förderung vom Staat und sorgen Sie einfach vor. Ihre staatlich geförderten Einzahlungen sowie die staatlichen Zulagen sind zu Beginn der Rentenzahlung garantiert. Überzeugen Sie sich von UniProfirente 4P - viele gute Gründe sprechen dafür!

Ihre Vorteile beim Marktführer*

- ✓ 25 Prozent und mehr staatliche Förderung¹
- ✓ Lebenslange Rente
- ✓ Hohe Ertragschancen
- ✓ Flexibel anpassbar
- ✓ Abgeltungssteuerfrei
- ✓ Hartz IV sicher im Fall der Arbeitslosigkeit²

Unsere starken Referenzen

Capital MarktZ | 2009
Top-Fondsgesellschaft
★★★★★
REKOMMENDATION
Union Investment
Ausgabe 11/2009

Stiftung Warentest Finanztest
Im Test: 33 Riester-Fonds-Produkte
Ausgabe 11/2009



- [Conversion Optimierung – hier setzt man den Hebel an](#) (conversiondoktor Blog)
- [Landing Page Optimierung – gut gelandet?](#) (conversiondoktor Blog)
- [Conversion Killer – Viewport](#) (Gastartikel auf dem Webstandard Blog)
- [So gestaltet man eine Online Shop Startseite](#) (Artikel auf dem eCommerce Lounge Blog)
- [Landing Page Case Study](#) (Beispiel: Union Investment)

Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!



Mehr Informationen vom Conversiondoktor gibt es hier:



Blog

<http://www.conversiondoktor.de>



Twitter

http://twitter.com/conversion_doc



Facebook

<http://facebook.com/conversiondoktor.de>



<http://www.explido-webmarketing.de>