

PRESSEINFORMATION

QUISMA-Studie: Potentiale der Conversion-Optimierung bei Online-Krediten

München, 17. November 2010 Wer heute einen Kredit abschließen will, kann dies bequem im Internet erledigen. Das Angebot der Finanzdienstleister ist groß, der Überblick dafür umso schwieriger. Es ist nicht einfach, die einzelnen Websites zu unterscheiden und konkrete Produktvorteile herauszufiltern. Ein Problem nicht nur für die Nutzer, sondern auch für die Anbieter, die dabei wichtige Potenziale in der Kundenansprache und -gewinnung verschenken.

QUISMA, Deutschlands erste Adresse unter den Performance-Marketing-Agenturen, hat die Webseiten für Online-Kredite unter die Lupe genommen. Die Ergebnisse werden nun in der Studie „Potentiale der Conversion-Optimierung bei Online-Krediten“ veröffentlicht, die unter www.quisma.com/conversion-optimierung.html zum Download bereit steht. Auf dem Prüfstand befanden sich alle wesentlichen Webseiten-Elemente von der Landingpage bis hin zum Versand eines Kreditantrags – und damit das volle Conversion-Potenzial. Die Analyse der Landingpages zeigt, dass viele der untersuchten Banken ein hohes Maß an Servicequalität bieten. Das Niveau der Landingpages war insgesamt hoch, allerdings ergibt sich auch deutliches Optimierungspotenzial. Besonders gut schnitt der Auftritt der ING-Diba, dicht gefolgt von Postbank und Norisbank ab.

Hohes Niveau mit Optimierungspotenzial

Die Kreditantragsstrecke gilt als das Herzstück des Conversion-Pfades bei der Online-Beantragung eines Kredits. Die abgefragten Daten sind umfangreich, da sie zur Berechnung der Kreditkonditionen benötigt werden. Um den Besucher zu halten, muss er möglichst schnell und einfach durch diesen Prozess geleitet werden. Diese Erkenntnis ist bei den Banken grundsätzlich angekommen und die meisten Kreditanbieter optimieren bereits ihre Antragsstrecken – allerdings mit unterschiedlichem Erfolg. Besonders positiv wurden hier die OYAK ANKER Bank sowie die Postbank bewertet.

„Die Homogenität der Produkte, der Wettbewerbsdruck innerhalb der Finanzbranche sowie die niedrigen Suchkosten auf Userseite erschweren die Situation für die Anbieter. Deshalb sind die Unternehmen mehr oder minder dazu verdammt, ihren mitunter teuer erkauften Traffic über

KONTAKT

QUISMA GmbH
Herr Marko Tolle
Rosenheimer Straße 145d
81671 München

Telefon: 089/44 23 82-0
Telefax: 089/44 23 82-999
E-Mail: marko.tolle@quisma.com

Online-Werbung in Kreditanträge oder Leads zu konvertieren“, erklärt Ronald Paul, CEO QUISMA. „Unsere Analysen haben ergeben, dass dies vor allem durch klarer strukturierte Landingpages und schlankere Datenerfassungsformulare möglich ist.“

Die nun veröffentlichte Studie ist die erste einer Reihe von Analysen der QUISMA GmbH, die das Potential der Conversion-Optimierung für mehrere Branchen untersuchen. Die vorliegende Studie wurde verfasst von Jörg Dennis Krüger, Senior Manager für Conversion-Optimierung bei der QUISMA GmbH, sowie von Murat Cavus, der den Bereich Marketing Intelligence (Marktforschung und ökonomische Modellings) verantwortet.

Über QUISMA

Der Full Service-Dienstleister QUISMA ist die erste Adresse unter den Online-Marketing-Agenturen Deutschlands. Das Unternehmen mit Hauptsitz in München ist 2001 von den beiden Geschäftsführern Ronald Paul und Norman Nötzold gegründet und im März 2007 in die GroupM (Maxus, MEC, MediaCom, Mindshare und Kinetic) eingegliedert worden. Das Leistungsspektrum umfasst alle Disziplinen des Performance-Marketings – von Suchmaschinenmarketing und Suchmaschinenoptimierung über Affiliate-Marketing und performance-basierter Bannerwerbung bis zu Conversion-Optimierung und Marketing Intelligence. QUISMA bietet die Expertise als größter Digital-Dienstleister mit Vernetzung zu klassischer Mediaplanung. An den Standorten München, Hamburg, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Wien, Zürich und Amsterdam arbeiten über 100 Mitarbeiter für namhafte nationale und internationale Kunden wie Expedia, PUMA, Coca-Cola, DELL oder Targobank.

Für weitere Informationen und Rückfragen:

QUISMA

Marko Tolle

Director Marketing

Tel: 089/44 23 82 - 116

E-Mail: marko.tolle@quisma.com

dot.communications

Philip Löbbecke

Tel: 089/535 797-105

E-Mail: p.loebbecke@dot-communications.de