

PRESSEINFORMATION

Mehr Geschäftserfolg im WWW: QUISMA präsentiert die besten Tipps für die Conversion-Optimierung

München, 26. April 2010 Viel Traffic ist gut. Wie aber bringe ich die Besucher meiner Webpage dazu, sich zu registrieren oder vielleicht sogar das Produkt zu kaufen? In diesem Fall heißt es, die Conversion Rate einer Website zu optimieren. Das heißt mit den vorhandenen Besuchern möglichst viele erfolgreich durchgeführte Aktionen (z.B. Kauf, Infoanfrage) auf einer Website zu erzielen. Neben der Optimierung von Online Marketing Kampagnen im Suchmaschinenmarketing (SEM), Affiliate-Marketing oder bei Suchmaschinenoptimierung (SEO) ist Conversion-Optimierung damit ein weiteres effektives Instrument, um den Geschäftserfolg im Web zu steigern – und verbindet sich wunderbar mit der bisherigen Kampagnenoptimierung.

QUISMA, Deutschlands marktführende Agentur für Performance Marketing, hat nun „Sieben goldene Regeln zur Conversion-Optimierung“ zusammengestellt, die einfach umzusetzen sind und gleichzeitig die Conversion einer Website deutlich steigern können.

Regel Nr. 1: Durch Testen zum Besten

Wenn Websites verbessert werden sollen, reicht es nicht, nur darüber zu diskutieren. Für den Erfolg entscheidend sind Tests in der Zielgruppe. Schließlich zählt letztendlich nur eins: Die Akzeptanz und das Verhalten der Nutzer auf genau dieser Website. Als besonders wirkungsvoll haben sich dafür sogenannte „Splittraffic-Tests“ erwiesen: Dabei werden den Besuchern der Website über einen bestimmten Zeitraum – neben dem Original – alternative Testinhalte zufällig angezeigt. Die Ergebnisse der Original-Seite dienen als Benchmark, um die Ergebnisse vergleichbar zu machen. Alle Varianten werden so gleichzeitig getestet, um externe Einflüsse durch Wetter, besondere Werbeaktionen oder unterschiedliches Verhalten an bestimmten Wochentagen auszuschließen. Erst auf dieser Basis ist eine valide Auswertung der Testergebnisse möglich.

KONTAKT

QUISMA GmbH
Herr Marko Tolle
Rosenheimer Straße 145i
81671 München

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

Für jede Testvariante wird dann gemessen, wie oft die Besucher das gewünschte Conversion-Ziel (Kauf, Registrierung etc.) erreichen. Tools für solche Testreihen gibt es bei Google, Omniture oder Vertster. Die richtige Software ist jedoch nur ein Schritt auf dem Weg zur Optimierung: Um aussagekräftige Ergebnisse zu erzielen, müssen auch Strategie und Testdesign gut durchdacht sein.

Wichtig: Alle Änderungen an einer Website müssen getestet werden. Der Zufall ist hier ein schlechter Berater. Nur so spart man sich unnötigen Aufwand und Ärger. Vorsicht ist auch bei Checklisten mit allen möglichen pauschalen Ratschlägen geboten. Schließlich hat jede Website ihre eigene Besuchergruppe, die individuell reagiert.

Ronald Paul, CEO QUISMA: „Ob der Button auf einer Landingpage hell- oder dunkelrot gestaltet ist, spielt für die Conversion Rate oft keine Rolle. Viel wichtiger sind Erkenntnisse über das Verhalten der Zielgruppe auf der individuellen Website und deren Akzeptanz von Veränderungen. Agieren Sie dabei nicht zufällig und aktionistisch, sondern geplant und gezielt.“

Der kostenlose Download der „Sieben goldenen Regeln zur Conversion-Optimierung“ steht ab sofort unter www.quisma.com zur Verfügung.

Über QUISMA

Der Full Service-Dienstleister QUISMA ist die Nr. 1 der Online Marketing-Agenturen Deutschlands. 2009 betreute QUISMA Billings in Höhe von 64 Millionen Euro. 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 (Mindshare, Mediacom, Mediaedge:cia, Maxus) 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. QUISMA

bietet die Expertise als größter Digital-Dienstleister mit Vernetzung zu klassischer Mediaplanung.

An den Standorten München, Hamburg, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Wien und Zürich arbeiten über 100 Mitarbeiter für namhafte nationale und internationale Kunden wie Expedia, PUMA, Coca-Cola, DELL oder Targobank.

Abdruck frei, Beleg erbeten.

Für weitere Informationen und Rückfragen:

QUISMA

Marko Tolle

Director Marketing

Tel: 089/44 23 82 - 116

E-Mail: marko.tolle@quisma.com

Dot.communications

Sonja Feldmeier

Tel: 089/535 797-101

E-Mail: s.feldmeier@dot-communications.de