

CONVERSION OPTIMIERUNG

Grundlagen



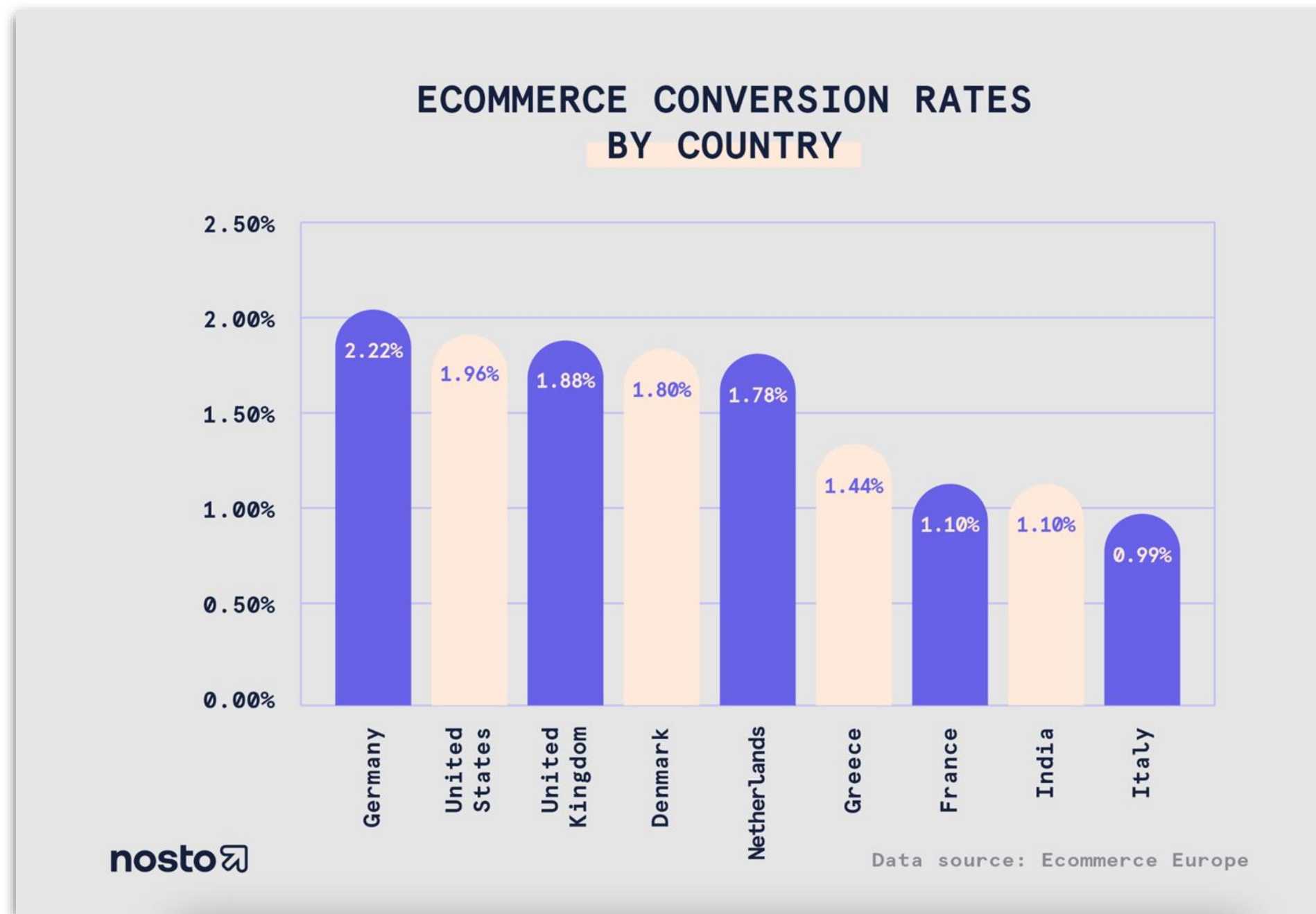
Landsiedel

0

Grundlagen
Einführung

Grundlagen

Einführung



Quelle: <https://www.nosto.com/wp-content/uploads/Ecommerce-Conversion-Rate-Statistics-2@4x.png>

- Durchschnittliche E-Commerce Conversion Rate nach Land
- In Deutschland vergleichsweise sehr hoch
- Das heißt, dass wir doppelt so viele Sales machen wie z.B. Frankreich
- DE bei 100 Besuchern = 2 Verkäufe
FR bei 100 Besuchern = 1 Verkauf
- Relevanz der Conversion Rate

1

Grundlagen

Was ist eine Conversion

Grundlagen

Was ist eine Conversion

- Eine Conversion bezeichnet man auch als eine “Wandlung”
- Ziel ist es einen interessierten Shop-Besucher zu einem Besucher zu “konvertieren”, der eine Aktion ausführt
- Also umwandeln von Leser in einen Handelnden
- Diese Umwandlung bezeichnet man als “Conversion”

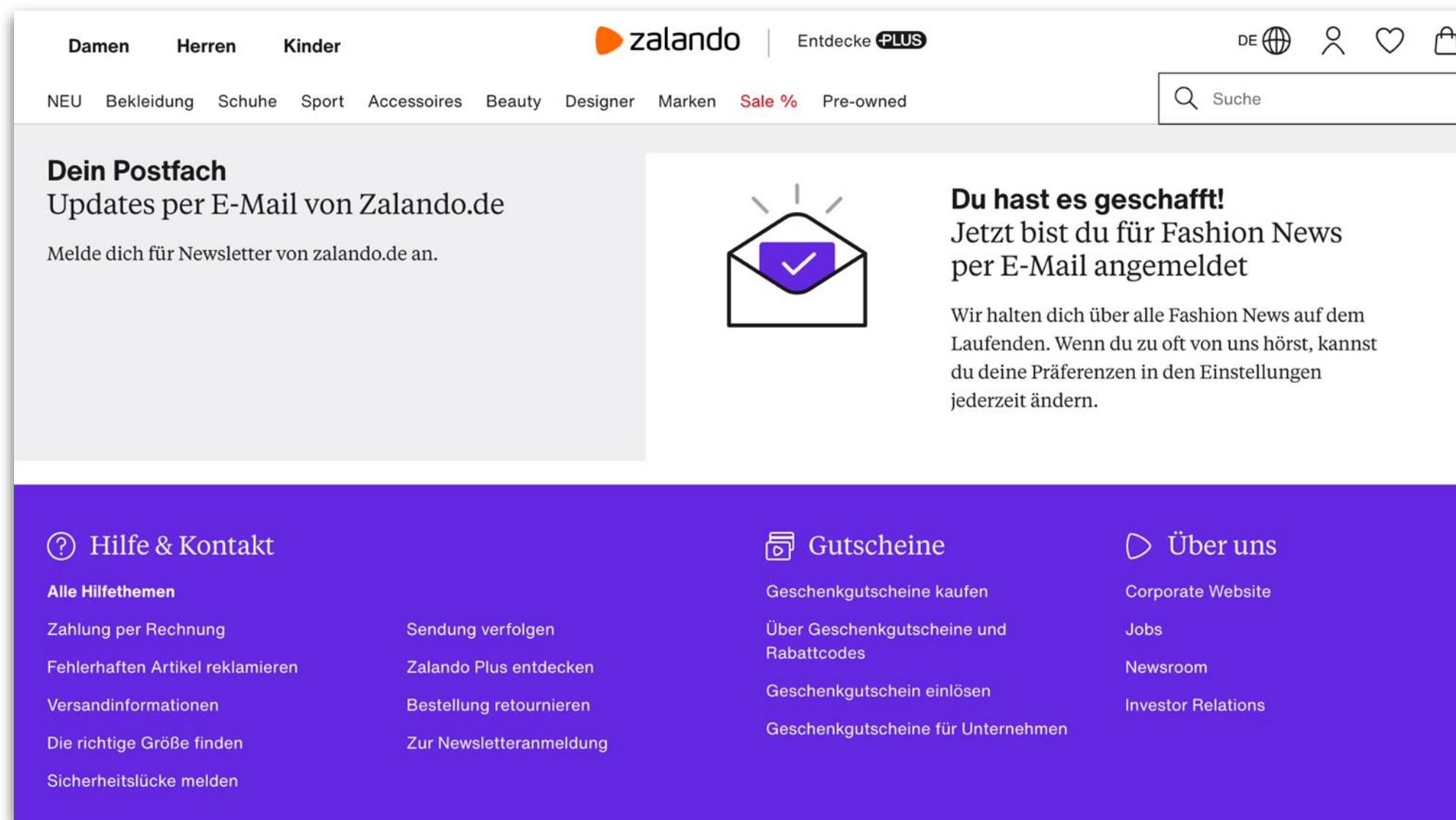
Grundlagen

Was ist eine Conversion - Beispiele

- Beispiele von Conversions sind:
 - User meldet sich für Newsletter an
 - Ein Besucher führt einen Download durch
 - Die Anmeldung für ein Käuferkonto / Profil erfolgt
 - Inhalte werden durch den User in den sozialen Netzwerken geteilt
 - Der Shop-Besucher kauft ein Produkt
 - Shop-Besucher führt Aktion XYZ durch

Grundlagen

Was ist eine Conversion - Beispiel Zalando



Quelle: <https://www.zalando.de/>

- Beispiel Newsletter-Anmeldung auf dem Zalando-Webshop
- Abschließen der Anmeldung gilt als Conversion
- Ist für Shop-Betreiber relevant, da diese Conversion langfristig genutzt werden kann
- Für z.B. Newsletter-Marketing

2

Grundlagen

Warum braucht man Conversions

Grundlagen

Warum braucht man Conversions - Umsatz

- Conversions sind für Unternehmen und Online-Plattformen von entscheidender Bedeutung
- Insbesondere in Form von Verkäufen, sind sie direkt mit dem finanziellen Erfolg eines Unternehmens verbunden
- Sie tragen dazu bei, Umsatz zu generieren und das Geschäft profitabel zu machen
- Conversion "Kauf" = Umsatz

Grundlagen

Warum braucht man Conversions - Analyse

- Die Messung von Conversions ermöglicht es Unternehmen, den Erfolg ihrer Marketing- und Vertriebsbemühungen zu überwachen
- Es bietet klare Metriken, um die Leistung von Kampagnen zu analysieren und anzupassen
- Hat z.B. eine Werbekampagne vergleichsweise wenig Conversions, dann kann man daraus lesen, dass sie nicht optimal läuft und diese dann anpassen

Grundlagen

Warum braucht man Conversions - Strategie

- Conversions helfen also Unternehmen dabei, ihre Ziele zu identifizieren und ihre Strategien entsprechend auszurichten
- Egal ob es darum geht, den Umsatz zu steigern, Leads zu generieren oder Abonnenten zu gewinnen
- Conversions dienen als klare Leitlinie bei der Strategieplanung

3

Grundlagen

Was ist eine Conversion Optimierung

Grundlagen

Was ist eine Conversion Optimierung

- Bei der Conversion Optimierung geht darum die Conversion Rate zu optimieren
- Ziel ist es die Conversion Rate um einige wenige Prozentpunkte zu steigern, z.B. von 1% auf 2%
- Bereits wenige Prozentpunkte haben einen riesigen Effekt auf den Umsatz
- Dementsprechend ist aber eine Conversion Optimierung auch sehr schwer durchzuführen, da viele Faktoren eine Rolle spielen und es eine unglaubliche hohe Anzahl von Maßnahmen zur Optimierung gibt

Grundlagen

Was ist eine Conversion Optimierung - Maßnahmen

- Ein bedeutender Aspekt der Conversion Rate Optimierung ist beispielsweise die tiefgreifende Auseinandersetzung mit der Kaufpsychologie und Kaufentscheidung
- Wenn du deine Zielgruppe genau kennst und die Kaufpsychologie gezielt auf sie anwenden kannst, ist eine Steigerung der Conversion Rate so gut wie garantiert
- Achtung ist geboten, denn bei fehlerhafter Anwendung besteht die Gefahr, dass der Effekt genau entgegengesetzt ausfällt

Grundlagen

Was ist eine Conversion Optimierung - Maßnahmen

- Abgesehen von der Kaufpsychologie gibt es noch weitere Maßnahmen zur Steigerung der Conversion Rate
- In diesem Modul werden wir nicht näher auf die anderen Maßnahmen eingehen, da wir in den anderen Abschnitten des Gesamtmoduls "Conversion Optimierung" viele weitere Möglichkeiten zur Steigerung der Conversion Rate besprechen
- Daher: Unbedingt in die anderen Bereiche reinschauen!

4

Grundlagen

Warum sollte man optimieren

Grundlagen

Warum sollte man optimieren

- Eine Erhöhung der Conversion Rate ist immer sinnvoll, denn das bedeutet gleichzeitig auch immer mehr Umsatz
- Es ist daher äußerst lohnenswert, Zeit in die Optimierung der Conversion Rate zu investieren
- Auf der nächsten Slide präsentieren wir dazu eine kleine Beispielrechnung und ein Beispiel einer erhöhten Conversion Rate

Grundlagen

Warum sollte man optimieren - Beispielrechnung

- Beispiel: Der Webshop eines Unternehmens hat täglich 1000 Besucher und ihre durchschnittliche Conversion Rate liegt bei 1,3%
- Das bedeutet, dass sie täglich 13 Bestellungen haben
- Nach einer langen Optimierung konnten sie ihre durchschnittliche CR auf 2% steigern
- Also nun 20 Bestellungen täglich
- Hört sich erstmal nicht viel an, aber monatlich sind das bereits 210 Bestellungen die durch die Optimierung der CR dazu kommen

Grundlagen

Warum sollte man optimieren - Beispiel



Quelle: <https://www.hornbach.de/>

- Anbieter von Hundeartikeln: Schecker
- CR bei etwa 1,5% und durchschnittl. Warenkorbwert bei etwa 35€
- Monatlich etwa 100.000 Besucher
- Umsatz also bei 52.500€
- Durch Optimierung CR auf 2,2% hoch
- Dadurch stieg Umsatz auf 77.000
- Nur 0,7% höhere CR = 24.500 € mehr Umsatz