



Case Study

Landingpageanalyse

Vorhandenen Traffic wandeln

© eResult GmbH – Results for Your E-Business
(www.eresult.de)

Landingpageanalyse – Hintergrund & Lösung

- **Das Problem:** Genügend Traffic auf der Landingpage (u.a. durch kostenpflichtige Adwords) aber die Conversion ist nicht zufriedenstellend.
- **Die Lösung:** Eliminierung von Conversion-Killern durch folgende Methoden:
 - Überprüfung der Landingpage aus Expertensicht (Platzierung und Benennung Call-to-Action Button, Überprüfung relevanter Informationen und deren Verständlichkeit)
 - Nutzertest im Labor (vom Werbemittel über den Ersteindruck bis hin zur Detailbewertung der Landingpage aus der Sicht Ihrer Zielgruppe)
 - Einbeziehung der Webanalytics-Daten, um Aufschluss über Abbrüche zu erhalten
 - Live A/B Tests zur Überprüfung der entwickelten Varianten, um Detailoptimierungen vorzunehmen



Fallstudie: Startseite tirol.at



Ziel der Studie

- Tirol.at will inspirieren, die Besucher in die Landschaft entführen, Urlaubsstimmung wecken. Dabei sind es gleich mehrere Zielgruppen, die abgeholt werden müssen, nachdem sie von Suchmaschinen die Seite erreichen..
- Eine spezielle Herausforderung für eine Startseite, auf der der Platz natürlich begrenzt ist. Nachdem sich der Nutzer für ein Angebot entschieden hat, kann er auch direkt die Buchung durchführen.

Ablauf der Studie

- Eine Methoden-Kombination von einer Bewertung durch Experten und einem Usability-Test mit Personen, die einen Alpenurlaub in Erwägung ziehen, wurde nacheinander durchgeführt.
- Die Experten deckten Optimierungsmöglichkeiten für die Startseite auf, um verschiedene Personen besser „abzuholen“. Es wurden außerdem typische Abläufen durchgespielt und überprüft, ob Heuristiken verletzt werden wie z.B. die Steuerbarkeit der Website für den Nutzer.
- Während des Usability-Tests im Labor bekamen die Testpersonen konkrete Use Cases bzw. Szenarios vorgestellt. Ausgehend von einer Google-Trefferliste erkundeten sie die Website von tirol.at. Im weiteren Verlauf wurden außerdem Erkenntnisse zur Bedienung der Suche und des Buchungsprozesses gesammelt und diesbezüglich Verbesserungen abgeleitet.

Fazit

- Verständliche Einstiege für die Zielgruppen sind leicht zugänglich, große Bilder als Ersteinstieg verbreiten Urlaubsstimmung, Videos können optional gestartet werden. So werden die Nutzer in die Seite gezogen und können den zu ihnen passenden Urlaub planen.
- Die Navigation wurde mittels eines mehrspaltigen Layers aufgewertet, ein gezielter Einstieg erleichtert den Nutzern das Auffinden des richtigen Angebots.

Zielgruppeneinstiege mittels Layer,
formatfüllende Videos machen Lust auf Urlaub: :

The screenshot shows the website's navigation layer with the following structure:

- Top Bar:** Home, Deutsch, 5°C, and the Tirol logo.
- Navigation Layer:**
 - Freizeitaktivitäten (highlighted)
 - Orte
 - Urlaub buchen
 - Reiseservice
 - Interaktive Karte
- Main Content Categories:**
 - Sport:** Skifahren & Snowboarden, Langlaufen, Schneeschuhwandern & Winterwandern, Rodeln, Wandern, Klettern, Rad & Mountainbike, Weitere Sportarten.
 - Kultur & Leben:** Brauchnum, Architektur, Essen & Trinken, Kulturgeschehen, Shopping.
 - Natur & Gesundheit:** Naturparks & Nationalpark, Wasser, Alpine Wellness.
 - Familienurlaub:** Urlaub am Bauernhof, Familienhotels, Familienspezialisten, Badeseen.
 - Tirol barrierefrei:** Ausflugsziele, Veranstaltungen.
- Footer:**
 - Weitere Videos:** A row of video thumbnails.
 - Kontakt:** Maria-Theresien-Straße 55 | 6020 Innsbruck | t +43.512.7272-0 | e info@tirol.at
 - Newsletter bestellen:** E-Mail eingeben
 - Connect:** Social media icons for Facebook, Twitter, YouTube, Google+, and Blogger.
 - Bringing the Alps to Sochi:** Logos for AUSTRIA TIROL HOUSE 2014 and Tirol.

Nutzen der Studie

„Wir stecken einfach selbst zu tief in unserer Materie drin, der Blick von außen fehlt. Das leistet eResult für uns!

Besonders wichtig war in diesem Fall auch die Unterstützung beim Usability-Test durch potentielle Tirol-Urlauber– unsere heterogene Zielgruppe, denn wir bieten sowohl Familien, Wanderern als auch Sporturlaubern das richtige Programm.

Durch die Zusammenarbeit mit eResult gelang es uns, die Website so zu optimieren, dass die unterschiedlichen Zielgruppen bereits auf der Startseite einen anregenden Einstieg in unser Angebot bekommen.“

Eckard Speckbacher

Tirol.at / Tirol Werbung GmbH



Fallstudie: Payback.de



Ziel der Studie

- Payback verzeichnete viele Abbrüche auf dem Weg zur Registrierung. Internes Wording, unklare Vorteilskommunikation sind einige der Gründe, die die eResult Consultants identifizierten.
- Nach dieser ersten ausführlichen Experten-Bewertung inklusive Erarbeitung konkreter Empfehlungen wurde ein neuer Screen von payback.de umgesetzt, der erneut in eine eResult-Feedbackschleife ging.
- Das Endergebnis kann sich sehen lassen: Durch Verzicht auf überflüssige Elemente wurde die Seite geschärft, die Vorteile klar kommuniziert und der Call-to-Action-Button sticht heraus.

Fazit

- Die überarbeitete Landingpage und der Weg zur Registrierung sind klarer gestaltet
- Die Abbrüche auf dem Weg zur Registrierung haben sich signifikant verringert.

Nach der
Überarbeitung: :

The screenshot shows the Payback registration landing page with the following elements:

- Navigation Menu:** HOME, INFORMIEREN & ANMELDEN (active), ONLINE PUNKTEN, VOR ORT PUNKTEN, PUNKTE EINLÖSEN, TOP-AKTIONEN
- Breadcrumbs:** Sie sind hier: Home > Informieren & Anmelden > Anmeldung (PAYBACK Karten) > Anmeldung
- Main Headline:** MIT PAYBACK PUNKTEN, SPAREN, PROFITIEREN!
- Text:** 20 Mio. Menschen vertrauen bereits Deutschlands größtem Bonusprogramm mit tollen Vorteilen:
- Benefits:**
 - ✓ Sparen Sie beim Einkaufen bares Geld – bei vielen Geschäften vor Ort oder bei über 600 Online-Shops
 - ✓ Gleich nach dem Anmelden erhalten Sie Ihre Willkommenscoupons u.v.m.
- Registration Prompt:** Jetzt in **zwei einfachen Schritten** kostenlos anmelden und sofort lospunkten! Einfach E-Mail Adresse eingeben und Formular ausfüllen.
- Form:** Input field labeled IHRE E-MAIL ADRESSE
- Confirmation:** EINVERSTANDEN button
- Disclaimer:** Mit Eingabe meiner E-Mail-Adresse erkläre ich mich damit einverstanden, die Coupon-Mail mit neuen eCoupons, Extra-Punkte-Chancen und Informationen zu PAYBACK zu erhalten. * Absender der E-Mails sind die PAYBACK GmbH und das Partnerunternehmen, von dem ich meine Karte erhalten werde. Mit den [Nutzungsbedingungen](#) für diesen Service bin ich einverstanden.
- Links:** [Teilnahmebedingungen](#), [Hinweise zum Datenschutz](#)
- Footer:** Punkten Sie bei vielen Partnern vor Ort und in über 600 Online Shops über [payback.de](#)



Nächstes Kapitel

Fallstudie: Newsletter-Anmeldung bei Ravensburger

Ziel der Studie

- Die Anmeldung für den Newsletter galt es zu optimieren. Unter anderem wurden verschiedene Text-Alternativen für die Datenschutzerklärung mittels einer Online-Befragung untersucht. Wie reagieren die potenziellen Abonnenten auf die unterschiedliche Ansprache.
- Das Feedback der relevanten Zielgruppe (insbesondere junge Mütter) war für Ravensburger sehr wichtig, um insbesondere bei diesen Personen eine gute Conversion zu erreichen

Fazit

- Auf den Punkt gebracht, verständlich, klar und ehrlich – das sind die Erwartungen der Nutzer, wenn Sie eine Datenschutzerklärung lesen.
- Weder Fachchinesisch noch blumige Formulierungen sind gefragt, sonst werden Fallen befürchtet und die Gefahr eines Abbruchs ist groß.
- Gerade die jungen Mütter berichten, dass sie viele Newsletter abonniert haben, um Vorteile bei den Anbietern zu erhalten. Der Schutz der persönlichen Daten vor Missbrauch und Weitergabe ist ihnen besonders wichtig.

Ihre Ansprechpartner: eResult GmbH



Thorsten Wilhelm

Geschäftsführender Gesellschafter & Gründer

☎ +49 551 51 77-426

✉ thorsten.wilhelm@eresult.de



Anja Weitemeyer

Managing Partner & Senior UX-Consultant

☎ +49 40 36 166-7982

✉ anja.weitemeyer@eresult.de

Büro Göttingen:

Planckstr. 23

37073 Göttingen

☎ 0551 49 569-331

📄 0551 49 569-330

Standort Hamburg:

Ludwig-Erhard-Straße 18

20459 Hamburg

☎ 040 36 166-7980

Standort Frankfurt:

Uhlandstr. 58

60314 Frankfurt

☎ 069 133965-24

Website: www.eresult.de

Themenblog: www.usabilityblog.de



Research & Consulting

Unternehmensvorstellung

eResult GmbH

© eResult GmbH – Ihr User Experience-Partner
(www.eresult.de)

eResult = eCommerce Research & Consulting

Full-Service User Experience-Agentur

- 1 Online Access-Panel (+60.000 Personen)**
- 1 Wissensportal: Usabilityblog.de**
- 3 Standorte: Göttingen, Hamburg, Frankfurt**
- +12 Jahre User Experience-Knowhow**
- 20 User Experience Consultants**
- +90 Usability-Studien p.a.**
- +200 zufriedene Kunden**

Wir bieten ...

- **maßgeschneiderte Lösungen** seit 2000
- **Beratung entlang des gesamten Entwicklungsprozess**



- **Nachhaltige Erfolgsoptimierung für**
Web | Intranet | Mobile | Software | Consumer Electronics



Mobile Usability-Tests



Card-Sorting

User Experience und Usability-Beratung von A-Z

- Anforderungsanalysen
- Conversion Rate Optimierung
- Ethnografische Studien
- Expertenevaluationen
- Eyetracking
- Fokusgruppen
- International Research
- Konzeption & Prototyping
- Landingpage-Optimierung
- Online-Befragungen
- Personas
- Usability-Tests
- Web Analytics
- Workshops & Seminare
- U.v.m.



Online-Befragungen

Wir betreuen aktuell ...



Nutzerzentriertes Redesign des städtischen Internetauftritts jena.de



Usability-Unterstützung bei einer Webapplikation für die D-A-CH-Region



Internationale Usability-Tests und Befragungen für die Corporate Website



Checkout-/Conversion Rate-Optimierung für 22 Shop-Mandanten des DPV



Relaunch-Unterstützung mittels Fokusgruppen & Nutzertests



Jährliche Usability-Bestandsaufnahme (DE, RU, FR) / Personas

Vollständige Liste unserer über 200 zufriedenen Kunden: <http://www.eresult.de/referenzen.html>

Ihre Ansprechpartner



Thorsten Wilhelm

Geschäftsführender Gesellschafter & Gründer

☎ +49 551 5177-426

✉ thorsten.wilhelm@eresult.de



Martin Beschnitt

Managing Director

☎ +49 40 36166-7981

✉ martin.beschnitt@eresult.de

Büro Göttingen

Planckstraße 23

37073 Göttingen

☎ +49 551 49569-331

📄 +49 551 49569-330

Website: www.eresult.de

Standort Hamburg

Ludwig-Erhard-Straße 18

20459 Hamburg

☎ +49 40 36166-7980

Themenblog: www.usabilityblog.de

Standort Frankfurt

Uhlandstraße 58

60314 Frankfurt / Main

☎ +49 69 133965-24