

((Fachbericht etracker „Konversionsratenoptimierung“, ca. 5.900 Zeichen))

Konversionsraten-Optimierung leicht gemacht

Mouse Tracking-Systeme ermöglichen auch KMUs professionelle Usability-Forschung

Die Konversionsrate als Verhältnis von Besuchern zu Käufern ist ein zentraler Erfolgsfaktor für jeden Web-Shop. Entscheidend beeinflusst wird die Konversionsrate von der Bedienbarkeit, der Usability, eines Shops. Kontinuierliches Web-Controlling liefert wichtige Anhaltspunkte, um das Surferlebnis in einem Shop und damit auch die Konversionsrate zu verbessern. Wollen Shop-Betreiber dabei jedoch nutzerzentrischer vorgehen, müssen sie noch tiefer in die Nutzererlebnis-Analyse, die sogenannte User Experience-Analyse, einsteigen. Bislang war dies gleichbedeutend mit dem Gang in ein teures Usability-Labor. Inzwischen gibt es aber leistungsfähige Mouse Tracking-Lösungen auf dem Markt, die auch bei kleinen Budgets zielgerichtete Konversionsraten-Optimierung auf Basis professioneller User Experience-Analysen ermöglichen.

Web-Controlling ist heute unabdingbar, um die Usability eines Online-Auftritts zu analysieren und die Konversionsrate kontinuierlich zu steigern. Durch Web-Controlling weiß ein Betreiber, an welchen Stellen seines Shops prinzipiell Verbesserungsbedarf besteht, um die Konversionsrate zu erhöhen – sei es ein Schritt im Bestellprozess, an dem viele Besucher abbrechen, oder eine Landing Page, die eine hohe Bounce Rate verzeichnet. Was der Online-Händler durch klassisches Web-Controlling jedoch nicht erkennt, sind die genauen Gründe für diese Probleme. Darüber muss er vielmehr spekulieren und Hypothesen aufstellen, seinen Shop entsprechend verändern und dann untersuchen, ob sich tatsächlich eine Besserung – etwa eine Verringerung der Abbruchquote – eingestellt hat. Zwar erreicht der Shop-Betreiber sein Ziel mit dieser Trial-and-Error-Prozedur, sie kostet allerdings oftmals erheblich viel Zeit und Geld.

Will ein Shop-Betreiber bei der Optimierung der Konversionsrate zielgerichteter und nutzerzentrischer vorgehen, muss er zusätzlich zum Web-Controlling tiefergehende Nutzererlebnis-Analysen betreiben. Bislang gab es für Unternehmen in Sachen User Experience-Forschung nur eine Option – und die führte sie in der Regel in sogenannte Usability-Labs. Hier erhalten Probanden eine spezielle Aufgabe, beispielsweise den Kauf eines Produkts auf der Kunden-Website, und ihre Vorgehensweise wird mittels verschiedener Methoden erfasst. Prinzipiell sind Usability-Labs eine sehr gute Möglichkeit, um die Bedienbarkeit wichtiger Einzelseiten eines Shops wie etwa der Bestellseite zu analysieren und so zu optimieren, dass deutlich weniger Nutzer vorzeitig abbrechen. Demgegenüber stehen jedoch einige Nachteile wie die künstliche Laborsituation, die Tatsache, dass es sich bei den Probanden nicht um natürliche Besucher in ihrer gewohnten Umgebung handelt, oder das

eingeschränkte Szenario mit kleinen Probandengruppen. Hinzu kommt: Angesichts der hohen Kosten und des Zeitaufwands sind Usability-Labs meist ausschließlich großen Unternehmen vorbehalten.

Heute gibt es jedoch neue, innovative Verfahren auf dem Markt – sogenannte Mouse Tracking-Lösungen –, die auch kleineren Shop-Betreibern eine professionelle Usability- und Konversionsraten-Optimierung ihres Shops ermöglichen. Mit diesen Lösungen können Online-Händler das Nutzungsverhalten ihrer Besucher auf Einzelseiten detailliert aufzeichnen. Erfasst werden neben Mausbewegung, Mausgeschwindigkeit und Scrollverhalten auch jeder Klick, Tastatureingaben und Größenveränderungen des Browserfensters. Zusammen mit sämtlichen Nutzungsdetails wird zudem der jeweilige, gegebenenfalls dynamisch generierte Seiteninhalt gespeichert und kann beliebig wiedergegeben werden. Dank Mouse Tracking sieht ein Shop-Betreiber seinen Besuchern gleichsam wie mit einer Videokamera über die Schulter – genauso wie es auch im Usability-Lab der Fall wäre, nur eben auf technischer Ebene. Er kann so mit filmischer Genauigkeit nachverfolgen, wie seine Besucher mit dem Shop interagieren und versteht, welche Inhalte wahrgenommen beziehungsweise tatsächlich gelesen werden.

Anders als im Usability-Lab lassen sich mit Mouse Tracking-Systemen die Nutzungsdetails jedes Besuchers aufzeichnen, und dabei handelt es sich um echte Website-Nutzer, die die Website aus eigenem Antrieb besuchen und sich während der Nutzung in ihrer natürlichen Umgebung befinden. Darüber hinaus versetzt eine Mouse Tracking-Lösung die Betreiber nicht nur in die Lage, sich jede einzelne Besuchersession direkt auf der jeweiligen Webseite als Film anzuschauen, sie aggregiert zudem automatisch die Einzelsessions zu aussagekräftigen Overlay Maps. Diese Maps, die grafisch über die entsprechende Webseite gelegt werden, visualisieren anschaulich verschiedene Aspekte des Nutzungsverhaltens wie Sichtbarkeit, Aufmerksamkeit oder Content-Wahrnehmung. Website-Betreiber erkennen so auf einen Blick, wenn beispielsweise ein Interaktionselement im Bestellprozess nicht verstanden oder der unter dem Scrollbar platzierte Bestell-Button nicht wahrgenommen wird. Für Einzelseiten und Prozesse ihres Shops, die die Konversionsrate maßgeblich beeinflussen, können sich Shop-Betreiber so wichtige Optimierungspotenziale erschließen. Sie sind in der Lage, die Aufmerksamkeit ihrer Besucher so zu steuern, dass sich diese schnell zurechtfinden, ihr Ziel problemlos erreichen und ihr Joy of Use maximiert wird. Und der Nutzen ist immens: Typischerweise bewirkt der zusätzliche Einsatz einer Mouse Tracking-Lösung eine Konversionsratensteigerung von mindestens zehn bis dreißig Prozent.

Fakt ist: Mouse Tracking-Lösungen sind in ihrer Genauigkeit ähnlich einzuschätzen wie Usability-Labs, sie sind allerdings viel weniger aufwändig, deutlich kostengünstiger und rentieren sich schnell. Zudem liefern Web-Analyse Anbieter wie etracker die Mouse Tracking-Lösungen einfach als Erweiterung ihres Produktportfolios, sodass sie ohne technische Änderungen sofort einsatzbereit und nahtlos in die Web-Analyse Lösung integriert sind. Nutzerzentrische und zielgerichtete Usability- und Konversionsraten-Optimierung für jedermann – das ist heute kein Wunschdenken mehr.