

## Conversion Optimierung

### Bessere Effizienz der Werbemittel

Durch Conversion Optimierung wird eine bessere Rendite erzielt, da das Werbebudget besser genutzt, die Effizienz der Werbemittel verbessert und ein besserer Return on Invest (ROI) erzielt wird.

### Conversion Optimierung

Bedeutet nicht nur die CTR (click through rate) durch Austausch von verschiedenen Elementen wie Header, Slogans, Produktpositionen, Shop-Navigation oder Buttonpositionen zu optimieren.

Sondern auch den Besucher mit Argumenten wie Alleinstellung, Marktpositionierung, Nutzen, überzeugendes und relevantes Angebot, Emotionen, Klarheit und Leistungsfaktoren wie Preis, Sortiment, Qualität, Bewertungen, Empfehlungen zu einem Lead zu führen.

### Landingpages

Für jede einzelne Werbekampagne, jeder Werbekanal oder gar einzelne Anzeigen sollte eine eigene Landing-Page erstellt werden. Dadurch lassen sich die Seiten perfekt an die Werbeanzeige koppeln und somit das Sicherheitsbedürfnis der Nutzer befriedigen und gleichzeitig die gewünschten Emotionen erzeugen.

Dies alles dient dazu, dass der Nutzer weiter die Inhalte der Landing-Page konsumiert und den Besuch nicht direkt abbricht.

### Conversion Tracking

Conversionpfade lassen sich vom Werbemittel bis zum Kaufabschluss genauestens aufzeichnen, inkl. der Umwege und Ausstiege.

### Ihr Ansprechpartner

Lars Messmer  
071 222 17 06  
messmer@comsolit.ch

### Conversion Rate CTR (click through rate)

Die Conversion Rate (Konversionsrate) steht in direktem Zusammenhang mit dem betriebswirtschaftlichen Ergebnis und kann daher als wichtigste Kennzahl für alle wertschöpfenden Internetangebote gesehen werden.

### Die 6 Stufen der Conversion

1. Relevanz
2. Vertrauen
3. Orientierung
4. Stimulanz
5. Sicherheit
6. Komfort

### Bedürfnisse und Ziele

Conversion Optimierung beginnt mit der Analyse der Kundenbedürfnisse, der eigenen Businessziele und des Erarbeitens eines erfolgreichen Zusammenspiels.

### Unser Vorgehen

#### 1. Analyse

klassische Analyse von Zielgruppen, Kanälen, USP, Point of Sale, Businessziele usw.

#### 2. Konzeption

Key Performance Indicator (KPI)  
Value Proposition, Call to Action,  
Struktur, Conversion Pfad

#### 3. Realisation

Usability und Design Zielgruppen orientiert realisieren  
Vergleichbarkeit, Performance messbar machen, Trackingsystem implementieren.

#### 4. Optimierung

Controlling der Kennzahlen, Auswertung, die korrekten Massnahmen anhand von Variantentests treffen.