

Webshop-Controlling: So verbessern Sie Ihre Konversionsrate!



Nach mehreren Monaten der Planung und Test-Phase kann ein Webshop meistens „live gehen“. Funktioniert der Shop, nehmen erfahrungsgemäß viele Shopbetreiber an, dass abgesehen von der Artikelpflege nur noch selten der Content des Shops überprüft werden muss.

Um einen kontinuierlichen und reibungslosen Ablauf zu garantieren und, was noch wichtiger ist, mittels verschiedener Maßnahmen die Schwachstellen des Shops ausfindig zu machen, bedarf es jedoch regelmäßiger Kontrolle der eigenen

Shop-Inhalte. Insbesondere deshalb, weil die meisten Websites Potential beispielsweise in der Konzeption, dem Design oder auch der Programmierung verschenken. Im Folgenden sind wichtige Tipps, mit deren Hilfe Shopbetreiber ihr **Monitoring** verbessern und ihren Shop langfristig interessant machen und – was noch wichtiger ist – interessant halten können.

1. Einsatz von Webanalyse-Software

Um die Attraktivität jeder einzelnen Shopseite zu gewährleisten und gegebenenfalls Schwachstellen zu erkennen, ist es sinnvoll, eine Tracking-Software zu verwenden. Shopbetreiber sehen damit sofort, auf welchen Seiten hohe Abbruchraten verzeichnet werden, wo es besonders viele Ausstiege gibt und wie lange die Besucher durchschnittlich auf welcher Seite verweilen. Ein Beispiel für so eine Tracking-Software ist etwa **Google Analytics**. Doch Vorsicht: Wer in seinem Shop Google Analytics benutzt, muss in den Datenschutzbestimmungen darauf hinweisen.

2. Erkenntnisse durch Mousetracking

Wer ganz genau über seinen Content im Bilde sein möchte, sollte sich am besten einer Mousetracking-Software bedienen. Damit kann der Webseitenbetreiber, zusätzlich zu den Daten über die Webanalyse-Software, detailliert auswerten, wie weit auf der Seite gescrollt wird, wo der User aus Texten aussteigt usw. Auf die Printmedien angewendet ist dieses Verfahren mit der Readerscan-Methode zu vergleichen, mit der etwa bei Zeitungen untersucht wird, an welchen Stellen die Leser das Interesse an einem Artikel verlieren.

3. Kontinuierliche Befragung der Webseitenbesucher

Ihren Ursprung im Print hat auch die nächste Methode: die Nutzerbefragung. Auch bei Webseiten, insbesondere aber im eCommerce, gibt es heutzutage viele Tricks, die die Nutzer zur Teilnahme an einer Befragung animieren sollen. So bieten viele Shophersteller Systeme an, mit deren Hilfe der Shopkunde für eine nach dem Kauf gemachte Bewertung mit einem Gutschein belohnt wird.

4. Wissen durch Kampagnen-Controlling

Zum Bemessen der Attraktivität der eigenen Webseite gehört auch ein gutes Kampagnen-Controlling. Damit lässt sich detailliert auswerten, welche Werbemaßnahmen erfolgreich sind, über welche Quellen und Banner die meisten Besucher auf der Webseite landen und welche Kampagnen gegebenenfalls erfolglos sind. Auch Faktoren wie die **Konversionsrate**, Kosten und Renditen können damit ausgewertet werden. Für das Kampagnen-Controlling gibt es heutzutage bereits sehr leistungsfähige Programme.

5. Optimierung durch „Bordmittel“

Sind die Schwächen einer Webseite oder eines Onlineshops erst einmal erkannt, so gilt die Regel: Erst einmal versuchen, die Seite mit den „Bordmitteln“ zu reparieren. Denn die Fokussierung auf die bloße **Suchmaschinenoptimierung** ist zu einseitig und die Konzentrierung auf **Keyword Advertising** (bezahlte Werbung auf Suchmaschinen) kann schnell sehr teuer werden. Die „goldene Regel“ lautet also, zuerst Maßnahmen wie Content-Verbesserung, Newsletter, Social Media und Affiliate-Marketing auszuschöpfen, um mit möglichst wenig finanziellem Aufwand die Aufmerksamkeit auf die Seite zu steigern.

(Bild: © Ben – Fotolia.de)



Wiljo Krechting

Wiljo Krechting ist eCommerce-Experte und Pressesprecher der **shopware AG** im westfälischen Schöppingen. Das Unternehmen kreiert und vertreibt Software für Online-Shops jeglicher Größe, hat sich jedoch auf kleinere und mittelständische Kunden spezialisiert. Mit aktuell mehr als 6000 Kunden und 200 Vertriebspartnern ist die shopware AG einer der erfolgreichsten Hersteller von Shopsoftware in Deutschland und überzeugt durch ein mehrfach prämiertes Produkt, umfassenden Service, maßgeschneiderte Shop-Lösungen und Nähe zum Kunden.