

Inhaltsverzeichnis

1	Conversion-Optimierung als Motor des Online-Erfolgs	1
1.1	Von der Werbung bis zur Conversion	1
1.2	Webseiten und Landingpages im datengetriebenen Marketing	4
1.3	Jede Sekunde zählt – machen Sie es den Kund:innen leicht	10
1.4	Der Werkzeugkasten der Conversion-Optimierung	13
1.5	Gute Optimierungsideen für verschiedene Nutzergruppen	15
1.6	Fahrplan für das datengetriebene Arbeiten im Marketing	21
	Literatur	27
2	Erfolgreiche Webseitenoptimierung: Best Practices mit dem RETURN-Modell	29
2.1	Die sechs Kategorien der Webseitenoptimierung	29
2.2	Relevance: Liebe auf den ersten Blick	33
2.3	Engagement: die Interaktion steigern	39
2.4	Technology: Modernen Anforderungen gerecht werden	47
2.5	Usability: Hürden abbauen und Benutzerfreundlichkeit erhöhen	49
2.6	Reputation: Interesse ist gut, Vertrauen ist besser	54
2.7	Narrative: Persönliche Kommunikation und Storytelling	61
	Literatur	67
3	A/B-Testing: Webseiten systematisch optimieren	69
3.1	Das Raten hat ein Ende	69
3.2	A/B-Testing erfolgreich umsetzen – so geht's	73
3.3	Webseiten-Features ganzheitlich testen	81
3.4	Test-Hypothesen als Schlüssel zum Erfolg	85

3.5 Priorisierung von A/B-Tests mit dem SCORE-Framework	88
Literatur	92
4 Erfolgreiche Optimierung und A/B-Testing von Digitalkampagnen	95
4.1 Kampagnen für maximalen Erkenntnisgewinn konzipieren	95
4.2 Best Practices der Kampagnen-Optimierung	98
4.3 Mit Kampagnen-Tracking kanalübergreifend optimieren	109
4.4 A/B-Testing von Online-Marketing-Kampagnen	112
4.5 Case Study: Googles Smart Shopping-Ads	119
Literatur	125
5 Personalisierung: Individualisierte Webseiten und Kampagnen	127
5.1 Was ein Cappuccino über Personalisierung verrät	127
5.2 Kundenprofile und Daten als Fundament der Personalisierung	128
5.3 Personalisierte Webseiten: Inhalte, die Ihre Nutzer:innen tatsächlich ansprechen	134
5.4 Maßgeschneiderte Kampagnen: Personalisierung im Online-Marketing	139
5.5 Case Study: Die Konversionsrate einer Webseite über smartes Banner heben	145
Literatur	151
6 Geheimnisse erfolgreicher Conversion-Optimierung	153
6.1 Prozesse schaffen und einhalten	153
6.2 Erfolgreiche Conversion-Optimierung mit dem BRAIN-Prinzip	157
6.3 Kennzahlen für die Online-Marketing-Optimierung	161
6.4 Mit Analytics & Heatmaps noch tiefer hinter die Fassade schauen	169
Literatur	172