

**Unternehmerweb begrüßt Sie bei der kostenlosen  
Seminarabendreihe „UnternehmerWissen“**

Unsere Partner & Sponsoren



**Kostenloser Wissenstransfer für Ihren Informationsvorsprung!**



# Erfolgreiche Websites sind kein Zufall

Harald Schrefl

WebPerfect Online Marketing



**92%** des Marketing-Budgets in den USA werden für Traffic-Generierung ausgegeben.

Nur **8%** werden in die Kunst, einen Besucher in einen Kunden umzuwandeln (=Conversion-Optimierung), investiert.

(Quelle: Jeffrey Eisenberg, Pubcon Austin 2010)



## Conversion-Optimierung

**Conversion:** Eine gewünschte Handlung, die der Benutzer auf der Website durchführen soll (Download, Registrierung, Anfrage, Bestellung, Newsletter-Anmeldung, ...)

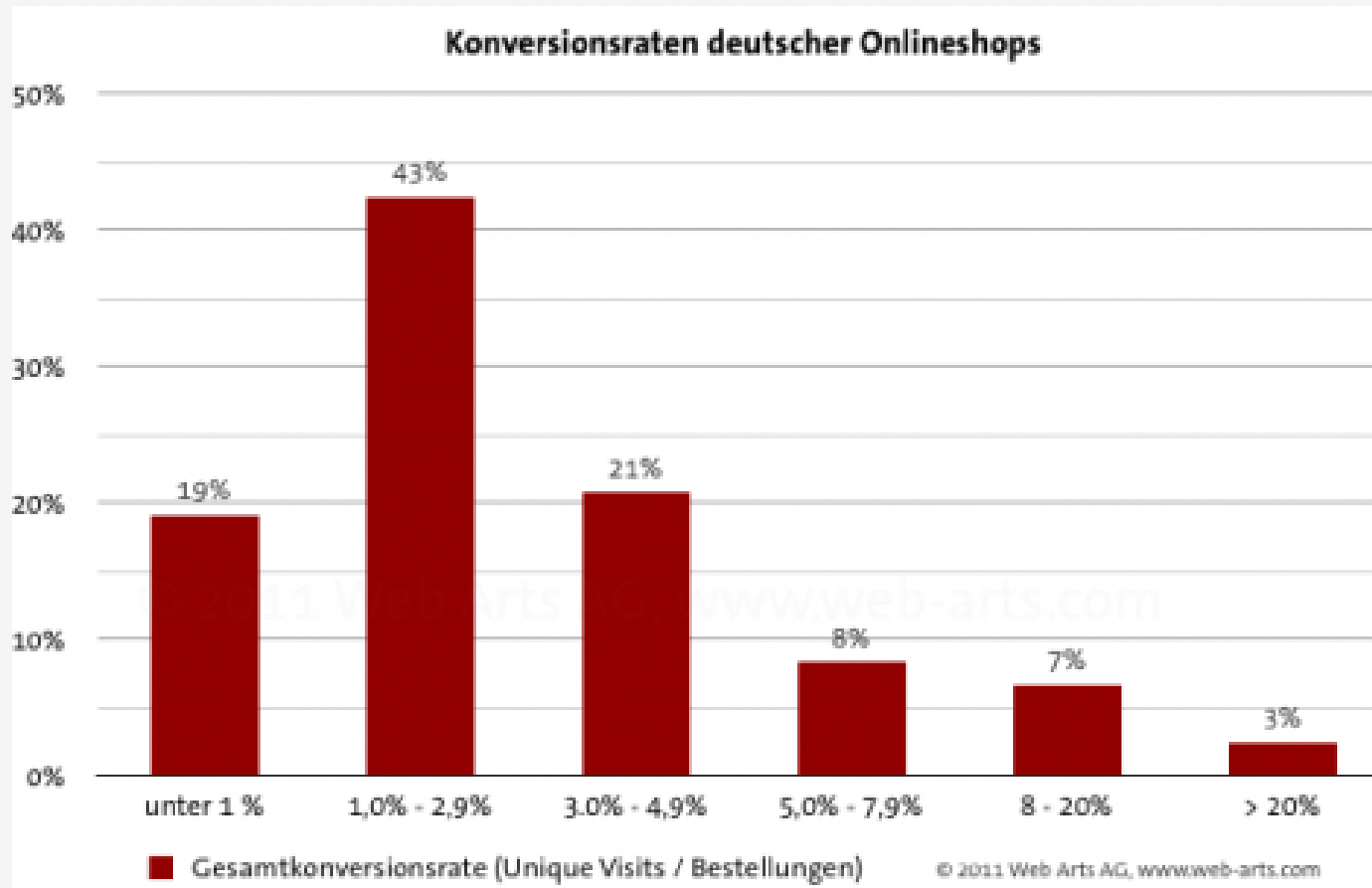
**Conversion-Optimierung:** Optimierung einer Website mit dem Ziel, die Anzahl und die Quote der Conversions zu erhöhen.

### Werkzeuge

- Webanalyse & -controlling
- Usability-Tests

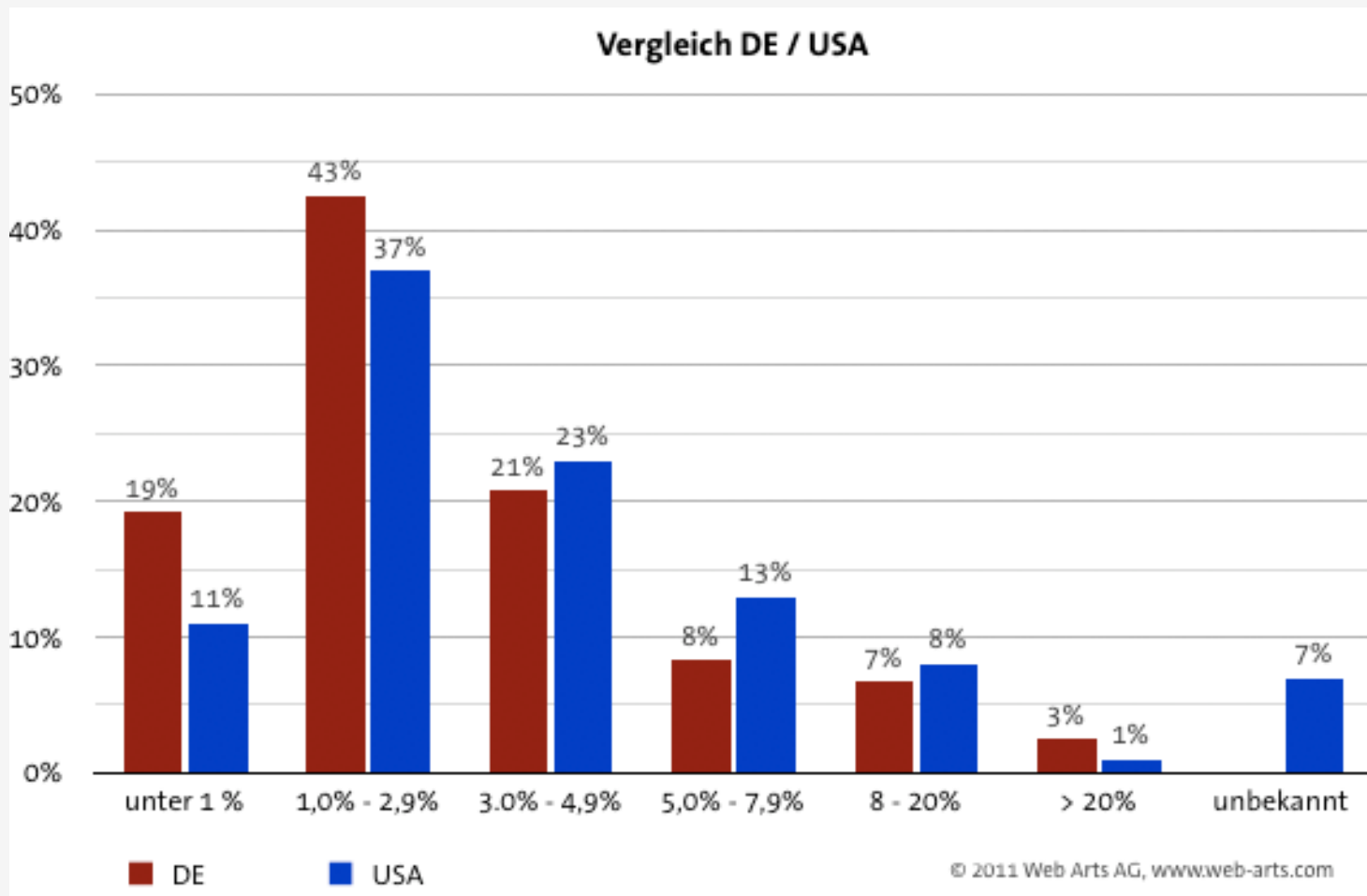


# Conversion-Rate (Umwandlungsrate)





## Conversion-Rate (Umwandlungsrate)





## Conversion-Rate (Umwandlungsrate)

1.000 Besucher p.M. über Google AdWords Kampagne

Kosten pro Klick (CPC) € 0,50

Monatliche Klickkosten € 500,-

Durchschnittlicher Umsatz pro Bestellung € 100,-

Conversion-Rate 1,5%

15 Bestellungen, Kosten pro Bestellung (CPO) € 33,30

Conversion-Rate 3,0%

30 Bestellungen, Kosten pro Bestellung (CPO) € 16,70



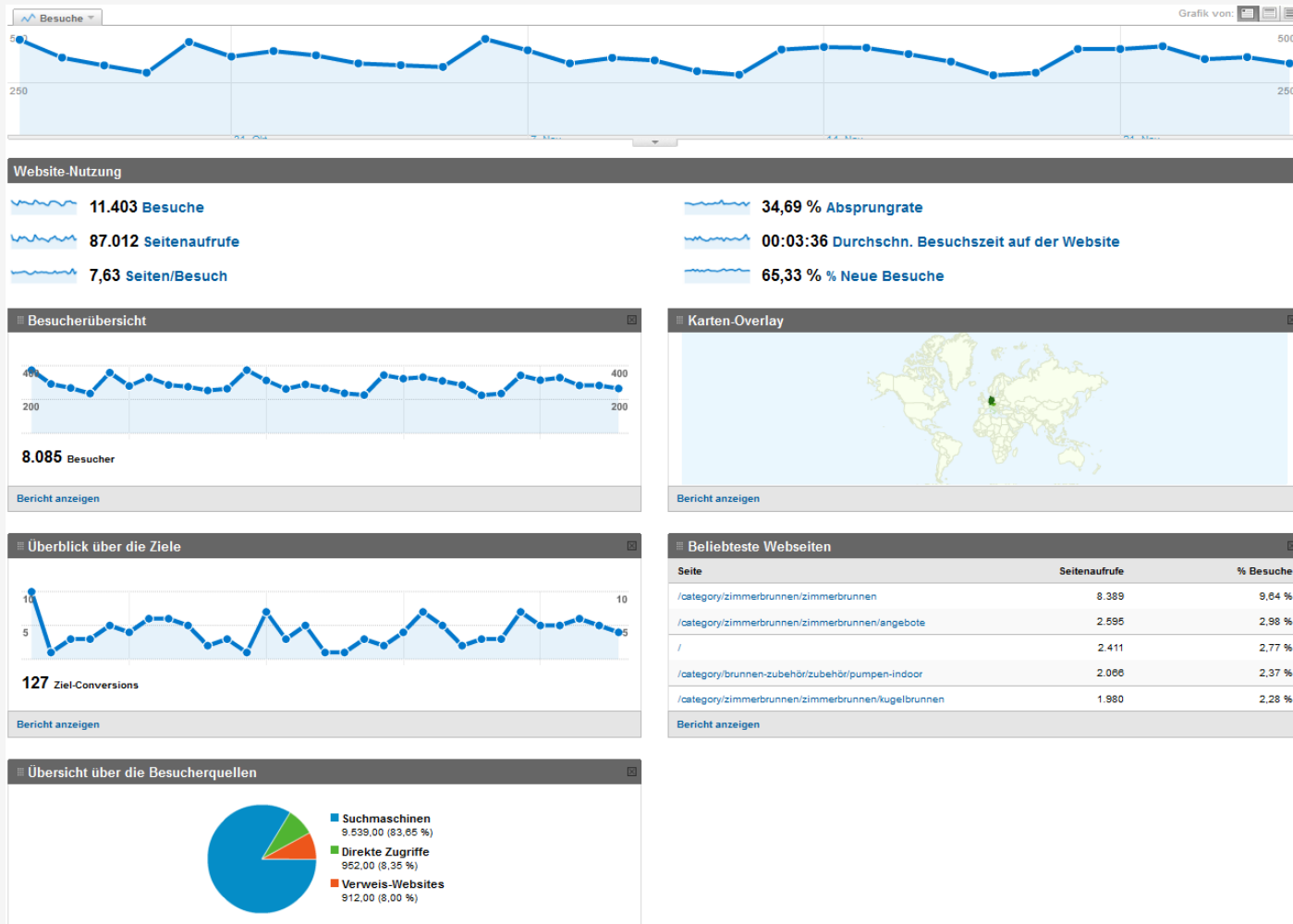
## Webanalyse & -controlling

### Google Analytics (GA)

- GA ist gratis.
- GA liefert wertvolle Erkenntnisse
  - über das Verhalten von Benutzern auf Ihrer Website,
  - die Wirkung Ihrer Marketingmaßnahmen.
- GA erfordert professionelle Einrichtung.
- GA erfordert Zeit und Erfahrung, um die richtigen Schlüsse zu ziehen.

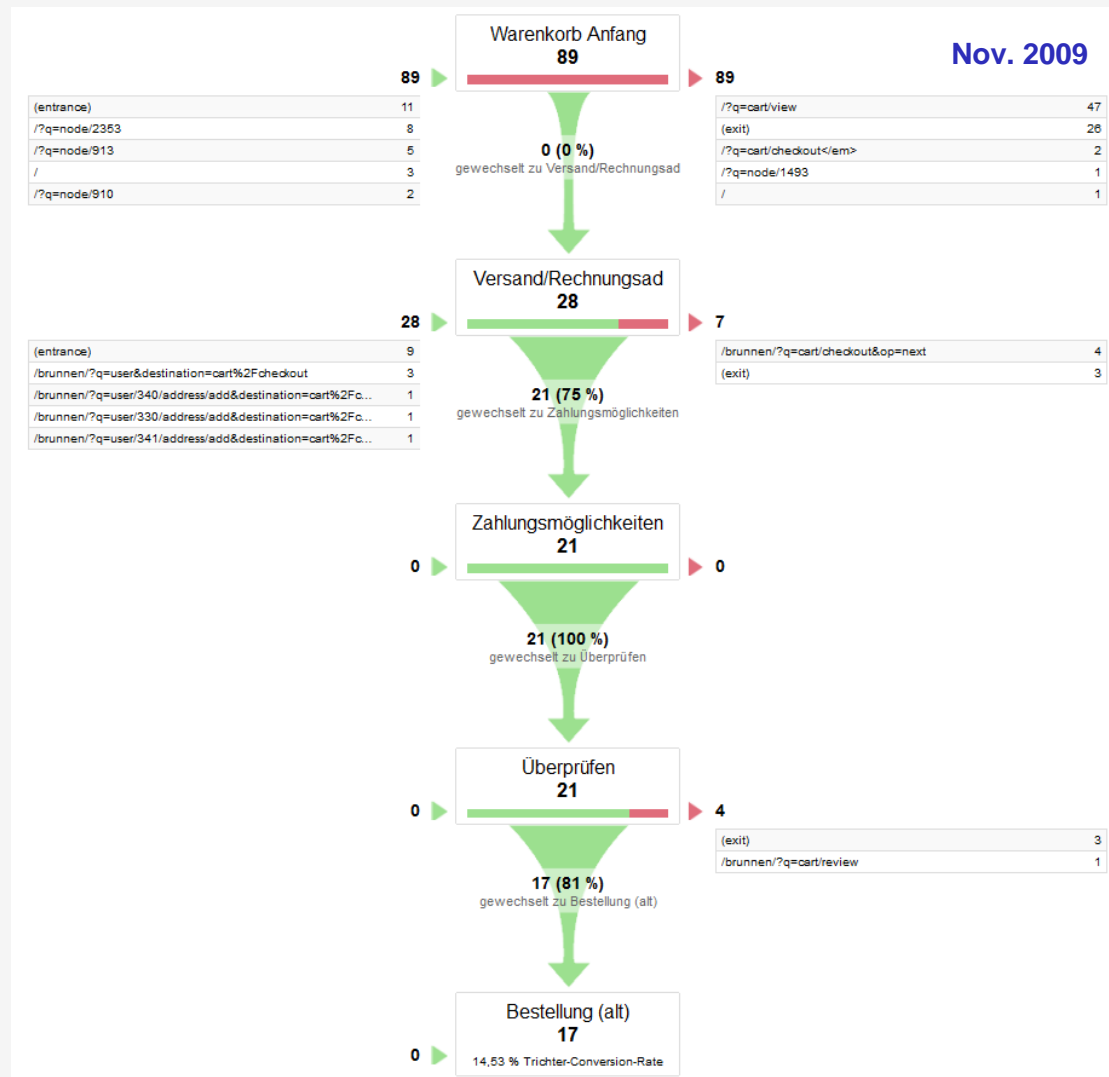


## Webanalyse & -controlling



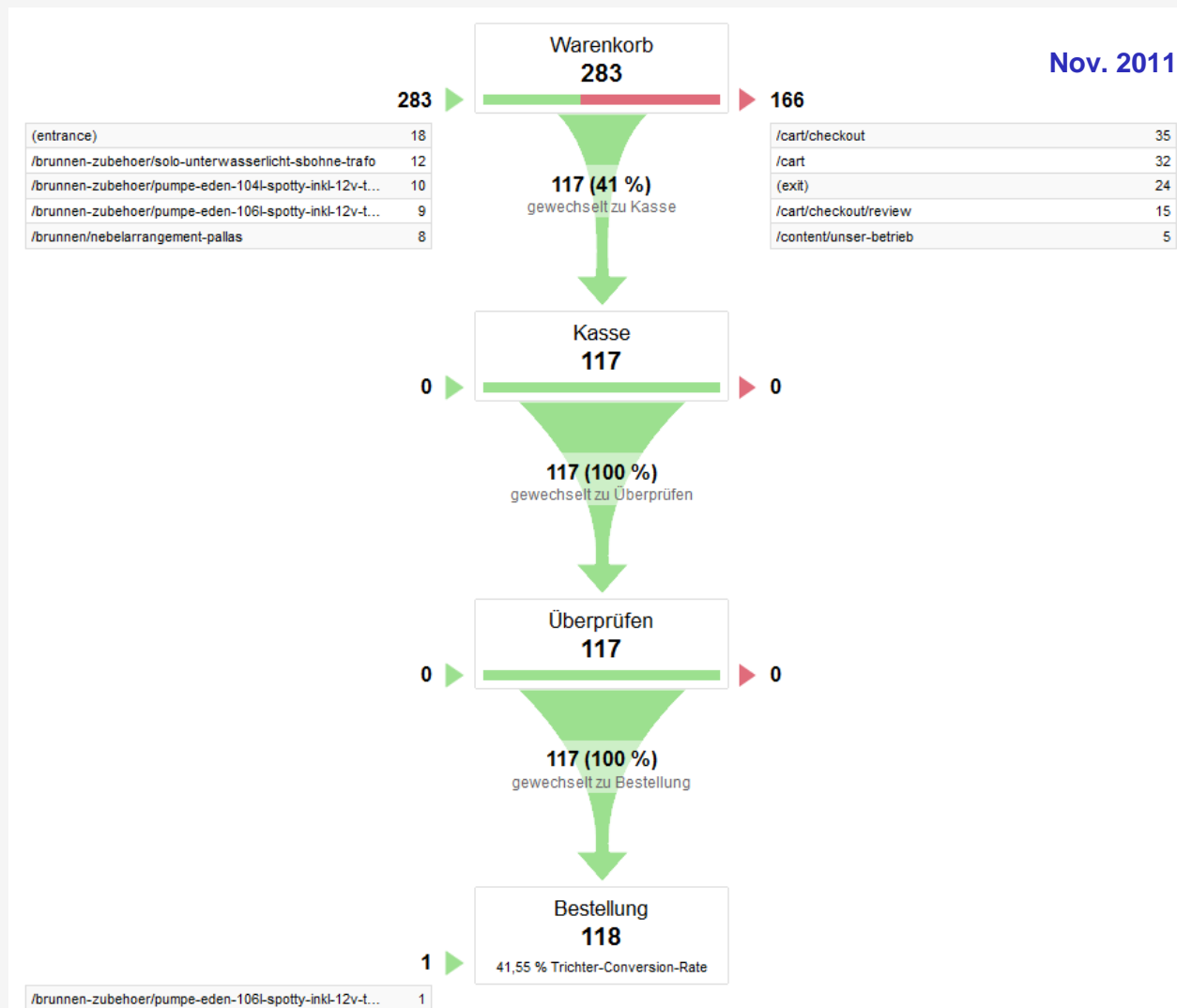


## Webanalyse & -controlling





## Webanalyse & -controlling



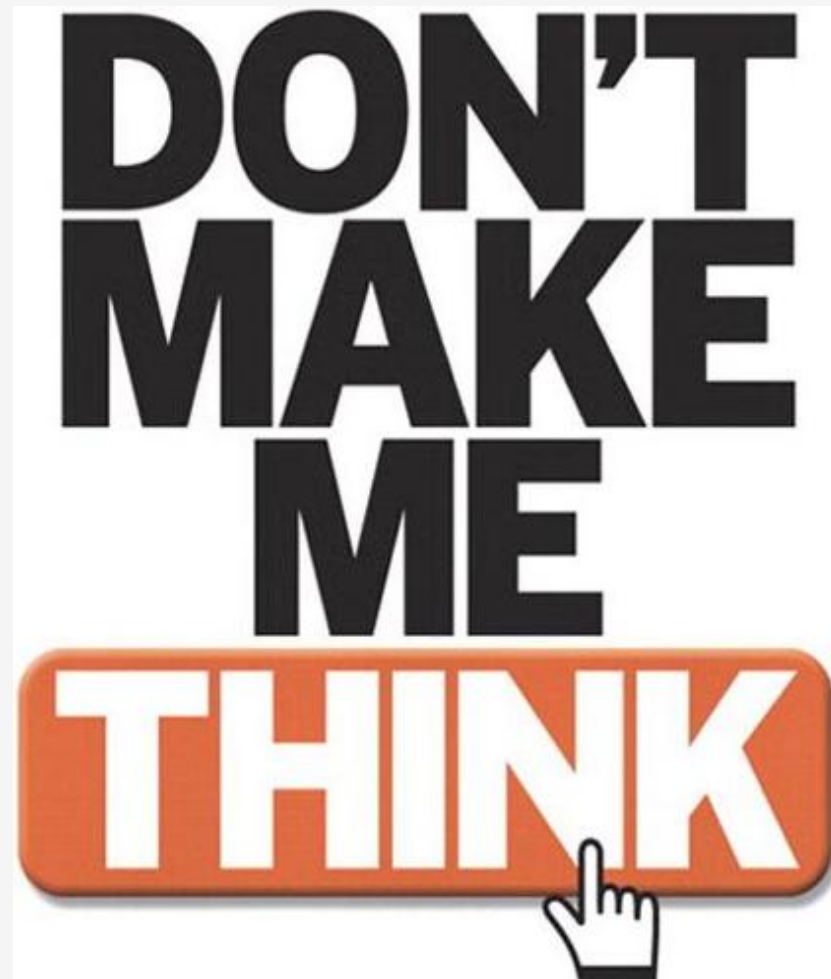


## Usability: Wie User Websites benutzen

- Sie lesen keine Seiten, sondern überfliegen Sie
- Sie treffen keine optimale Wahl
- Sie befassen sich nicht damit, wie etwas funktioniert, sondern wursteln sich durch
- Wenn Sie etwas finden, das für sie funktioniert, dann bleiben sie dabei



## Die Usability-Regel Nr. 1





## Usability-Regeln

User benötigen auf jeder Seite folgende Informationen:

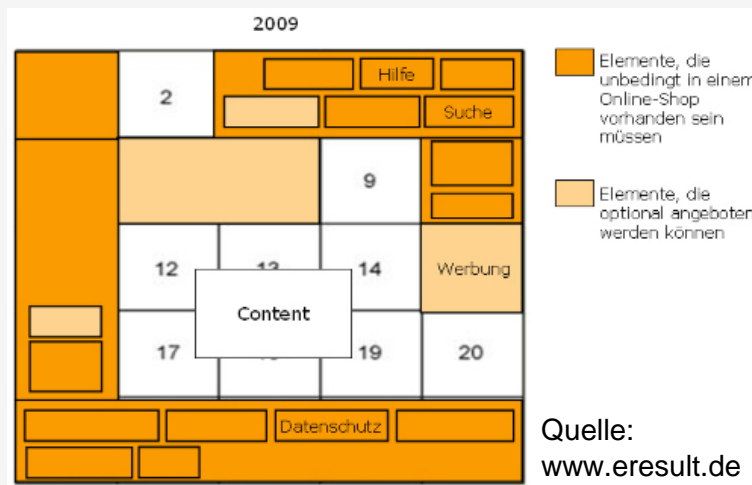
- Welche Website ist das und was kann ich hier tun? (Site-Kennung, Logo, Slogan, Welcome Blurb)
- Wo bin ich gerade (Seitenname)
- Welche Hauptsektionen gibt es (Hauptnavigation)
- Wie sind meine Optionen auf diesem Level (lokale Navigation)
- Wie kann ich eine Suche starten?





## Usability-Regeln

- **Klassischer, gelernter Grundaufbau**



- **Stringenz (Schlüssigkeit)**

Navigationselemente auf jeder Seite am gleichen Platz, einheitliche Farbgebung (Links, Überschriften,,...)



## Usability-Regeln

- **Übersicht bieten, Inhalte begrenzen**

Kurzzeitgedächtnis merkt sich normalerweise max. 7 Informationseinheiten (CHUNKS)

**SPDIBMBASFDBUSA** (= 15 CHUNKS)

**SPD, IBM, BASF, DB, USA** (= 5 CHUNKS)

- **Intuitive und visuelle Nutzerführung**

Überschriften, Links klar erkennbar, Linkbezeichnungen unmissverständlich (Erwartungskonformität)



## Usability-Regeln

- **Priorisierung der Elemente**

**Bestellung Zwischensumme:**  
**EUR 758,80**  
 5 Artikel sind in Ihrem Einkaufswagen.

 [Zum Einkaufswagen](#)

[Zur Kasse gehen](#) 

[▶ In den Warenkorb](#)

[Kostenfreier Versand](#)

[zurück zur Startseite](#)

- **Orientierung erleichtern**

<a href="#">Home</a>	<a href="#">Privatkunden</a>	<a href="#">Firmenkunden</a>	<a href="#">Service</a>	<a href="#">Pressebereich</a>	<a href="#">Über uns</a>	<a href="#">Kar</a>
----------------------	------------------------------	------------------------------	-------------------------	-------------------------------	--------------------------	---------------------

▼ **Auto & Motorrad**

- ▶ Autoversicherung
- ▼ **Motorradversicherung**
  - **Haftpflicht**
  - Kasko
  - Insassenunfall
  - Rechtsschutz

Privatkunden > Auto & Motorrad > Motorradversicherung > Haftpflicht

### Motorradhaftpflicht



Ein Blechschaden kann schnell passieren. Mit der Zurich Haftpflicht-Versicherung sichern Sie sich ab - individuell nach Ihren



## Usability-Regeln

- **Nutzlose Wörter und Sätze weglassen**



## Usability-Regeln

The screenshot shows a Firefox browser window displaying the Thalia.at website. The page is titled 'Krimis und Thriller' and shows a list of eBooks. The navigation bar includes 'Anmelden', 'Mein Konto', 'Hilfe', 'Filialen & Events', 'Merkzettel (0)', and 'Mein Warenkorb (0)'. The search bar contains 'Suchbegriff / Titel / Autor / ISBN / EAN' and 'eBooks'. The main content area shows three eBooks:

Book Title	Author	Price	Availability
Todesengel (Gesamtausgabe)	von H.L. Ween	€ 3,01	Sofort per Download lieferbar. kostenlose Lieferung
Mörderische Geschichten von Mörderischen...	von Gabi Neumayer	€ 0,99	Sofort per Download lieferbar. kostenlose Lieferung
Kleine Morde für Zwischendurch...	von Gitta Edelmann	€ 0,99	Sofort per Download lieferbar. kostenlose Lieferung



## Usability-Regeln

The screenshot shows a Firefox browser window displaying the UNIQA website. The address bar shows the URL: `www.uniqua.at/uniqaat/cms/privatkunden/krankenversicherung/Produktuebersicht.de.xhtml`. The page features a blue header with the UNIQA logo and navigation tabs for 'Privatkunden', 'Geschäftskunden', 'Service', and 'Kontakt'. Below the header, there is a search bar and a 'MyUNIQA Login' section with a login form. The main content area is titled 'Krankenversicherung - unsere Angebote für Sie' and contains several product cards, each with a title, description, and a small image. The cards include: '3 Varianten der Sonderklassevorsorge', 'Sonderklasseversicherung mit vielen Zusatzleistungen', 'Begleitkosten für Kinder im Krankenhaus', 'Krankenhaus -Tagegeld', 'Privatpatient beim Arzt/Facharzt', 'Privatpatient beim Zahnarzt', 'Pflegevorsorge', and 'Der richtige Versicherungsschutz für Auslandsaufenthalte'. A sidebar on the right contains a 'Wir rufen Sie an' section with a contact form and a 'UNIQA vor Ort' section with a globe icon and a list of locations: Österreich and International.



## Usability-Regeln

The screenshot shows a Firefox browser window displaying the OBB website. The address bar shows the URL `www.oebb.at/de/Fahrkarten/Handy-Ticket/index.jsp`. The page layout includes a top navigation bar with the OBB logo and links for Home, Hilfe & FAQ, Kontakt, Karriere, Immobilien, and Konzern. A search bar is located on the right side of the top bar. Below the navigation bar, there is a breadcrumb trail: `Startseite > Fahrkarten > Handy-Ticket`. The main content area is titled **Handy-Ticket** and features a sidebar menu on the left with categories like Fahrplanauskunft, Fahrkarten, and Ermäßigungskarten. The central article describes the Handy-Ticket service, stating that users can buy tickets for trains in Austria via SMS or WAP. It includes a list of instructions for booking and payment, such as using SMS or WAP, and mentions that users can pay via their mobile phone bill or paybox. The article also notes that users can buy tickets for up to 6 people and receive a bonus for VORTEILScard members.



# Usability-Regeln für Formulare

Vielen Dank für Ihr Interesse an unserem Relink-Service.

Unter der Funktion Relink verstehen wir, dass Sie die Möglichkeit haben, zu Ihrer Webpräsenz ein Kurzprofil anzulegen. Im Gegenzug gehen wir davon aus, dass Sie auf Ihrer Webpräsenz einen Link auf [www.diabetesweb.de](http://www.diabetesweb.de) einrichten. Die Redaktion behält sich die Freischaltung Ihres Links jedoch vor.

Name der Rubrik

bitte auswählen

Neue Rubrik

Name der Homepage

Internetadresse

e-Mail Adresse \*

Kurzinfo

Name des Absenders

e-Mail des Absenders

Mit einem \* gekennzeichnete Felder, sind optional auszufüllen.

Senden →



## Usability-Regeln für Formulare

Bitte die farbigen Felder ausfüllen:  \*

Vorname\*  Nachname\*

Straße, Hausnummer\*

Adresszusatz

PLZ\*  Ort\*

Land\*

E-Mail\*

Tel.

Geburtstag  
 TT  MM  JJJJ

Website  
 https://



## Usability-Regeln für Formulare

- **So wenig Felder wie möglich**
- Pflichtfelder klar kennzeichnen (Farbe, \*)
- Feldbezeichnung links  
(oben nur bei kurzen Formularen)
- Mehrfachauswahl (bis 4 Pkt.) mit Checkboxen
- Einfachauswahl (bis 4 Pkt.) mit Radioboxen
- Sinnvolle Reihenfolge (auch an Tab-Nutzer denken)
- Datumsabfrage 3 Feldern ev. mit Menü
- Höfliche Fehlermeldungen
- Fehlerhafte Eingaben kennzeichnen (Farbe)

### Lieblingsobst

- Zitronen
- Bananen
- Melonen
- Erdbeeren

männlich  weiblich

7 ▼ Jänner ▼ 1953 ▼



## Usability-Nutzertest

- Nutzer führen unter Anleitung eines Experten typische Aufgaben auf einer Website aus.
- In einem Testleitfaden werden die Aufgaben genau formuliert und der Testablauf festgelegt.
- Die Testperson wird angehalten „**laut zu denken**“
- Audio/Video-Aufzeichnung von Monitor und Nutzer
- Findet meist in speziellen Räumen (Usability-Labor) statt
- Eventuell ergänzt durch Eye-Tracking



## Usability-Nutzertest mit Eye-Tracking

- Blickbewegungen mit einer Augenkamera aufzeichnen
- Eye-Tracking ist objektiv und genau
- Störfaktoren (soziale Erwünschtheit) werden eliminiert
- Eye-Tracking ist teuer
- Lange Wartezeit auf Ergebnisse
  
- Anbieter:  
[www.cure.at](http://www.cure.at) / [www.usability.at](http://www.usability.at)





## Usability-Nutzertest selbst gemacht

- 1 Tisch
- 2 Sessel
- 1 PC
- 1 Webcam
- 1 Mikro
- Software  
<http://camstudio.org> (€ 0,-)  
<http://www.bbsoftware.co.uk> (€ 0,- bis € 139,-)



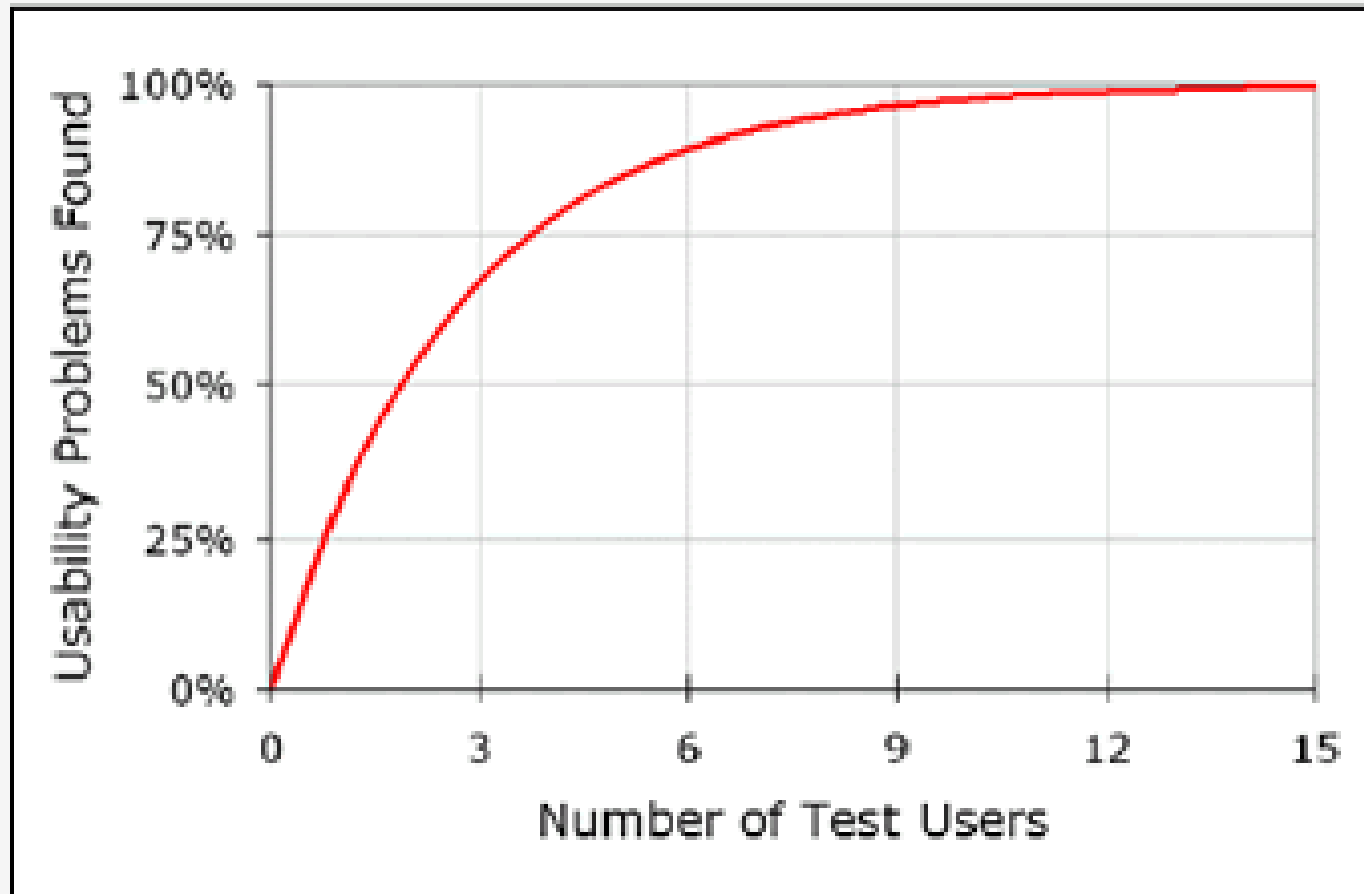
## Usability-Nutzertest selbst gemacht

Als Testleiter sollten Sie ...

- die Aufgaben und Fragen gründlich vorbereiten
- die Instruktionen möglichst einfach halten
- den Test einmal selbst durchführen
- die Testperson schützen  
(freundlich, geduldig, ruhig, Lob, Dank)
- versuchen, die Gedanken der Testperson nachzuvollziehen (nachfragen)
- der Testperson **keine** Hinweise geben,  
was sie machen könnte



## Usability-Nutzertest selbst gemacht

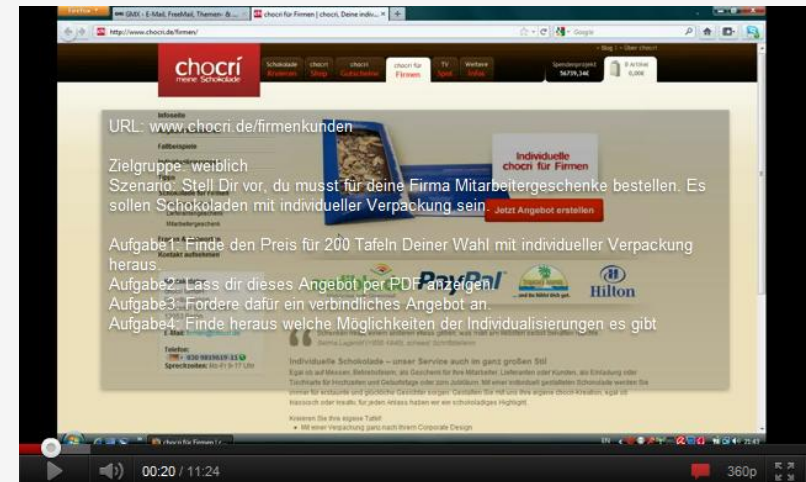


Quelle: Jakob Nielsen, [www.useit.com](http://www.useit.com)



## Usability-Nutzertest Online

- **ww.ui-check.com**  
€ 39,- pro Tester
- **www.rapidusertests.com**  
€ 39,- für 2 Tester





## Eye-Tracking Simulation

- **[www.attentionwizard.com](http://www.attentionwizard.com)**  
10 Tests ab \$ 59,-
- **[www.eyequant.de](http://www.eyequant.de)**  
5 Tests ab € 99,-




## Eye-Tracking Simulation

**LÜRZER'S ARCHIVE** ONLINE SERVICES

All products at a glance ~ order online now!

- **ONLINE ARCHIVE**
  - Search
  - Ranking
  - Current Edition
  - Interviews
  - Directory
  - Translations
  - myArchive
- **TOP ADS OF THE WEEK**
  - Spot of the Week
  - Classic Spot of the Week
  - Print Ad of the Week
- **SHOP**
  - Products
  - Lürzer's Archive
  - TV Archive
  - 200 Best Specials
  - ADC\*E Annual
  - Distributors
- **SUBMISSION**
- **STUDENTS' CONTEST**
- **INFORMATION**
  - Screensaver
  - Newsletter
  - Ratecard
  - Contact
  - Future Events
  - Partners

Join us at [f](#)



MORE...


**Lürzer's Archive – the Magazine**

Each issue showcasing some 70 exceptional print campaigns and 50 TV spots.

Published bimonthly

[Subscribe](#)

[Back Issues](#)




MORE...

**Lürzer's Archive – Specials**

Featuring volumes on photography, illustration, packaging, product/music design.

Published irregularly

[Buy](#)



MORE...


**Lürzer's Archive – Online Services**

TV spots and all work from the 25 years spanned by Lürzer's Archive.


Available to subscribers only

[Subscribe](#)

[Back Issues TV Archive](#)



For each new print subscriber



Join us in celebrating and enjoy!


SHOPPING BASKET

Your Basket is empty

Subtotal: € 0,00

[Go to Checkout](#)

**ACT NOW AND GET THE ADC\*E ANNUAL FOR FREE!**



[→ MORE INFO](#)



## Eye-Tracking Simulation

**LÜRZER'S ARCHIVE** Online Services

All products at a glance ~ order online now!

- ONLINE ARCHIVE
  - Search
  - Ranking
  - Current Edition
  - Interviews
  - Directory
  - Translations
  - myArchive
- TOP ADS OF THE WEEK
  - Spot of the Week
  - Classic Spot of the Week
  - Print Ad of the Week
- SHOP
  - Products
  - Lürzer's Archive
  - 2009 Best Specials
  - ADC'E Annual
  - Distributors
- SUBMISSION
- STUDENTS CONTEST
- INFORMATION
  - Screensaver
  - Newsletter
  - Ratecard
  - Contact
  - Future Events
  - Partners

Join us at

Shopping Basket: Your Basket is empty. Subtotal: € 0,00. Go to Checkout

ACT NOW AND GET THE ADC'E ANNUAL FOR FREE!

25 YEARS OF LÜRZER'S ARCHIVE. View videos

Attention Wizard.com by SiteTuners



## Eye-Tracking Simulation

The screenshot shows the XING website homepage. The main navigation bar includes the XING logo, a search bar, and a language selector. The main content area features a large banner with the headline "XING – Professionelles Networking weltweit" and a sub-headline "Mehr als 7 Millionen Mitglieder managen mit XING bereits ihre Geschäftsbeziehungen". Below the banner are three columns of featured content: "Personenverzeichnis", "XING für Unternehmen", and "Guided Tour". The footer contains a comprehensive list of links for navigation and contact.

**XING**  
XING – Professionelles Networking weltweit  
Mehr als 7 Millionen Mitglieder managen mit XING bereits ihre Geschäftsbeziehungen

**Jetzt kostenlos Mitglied werden!**

Wissen Sie, was Sie suchen?  
Suchen Sie nach  
E-Mail  
Passwort

Ich akzeptiere die AGB und die Datenschutzerklärung von XING AG

**Jetzt anmelden**

**Personenverzeichnis**  
7 Millionen Mitglieder  
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
PERSONENVERZEICHNIS

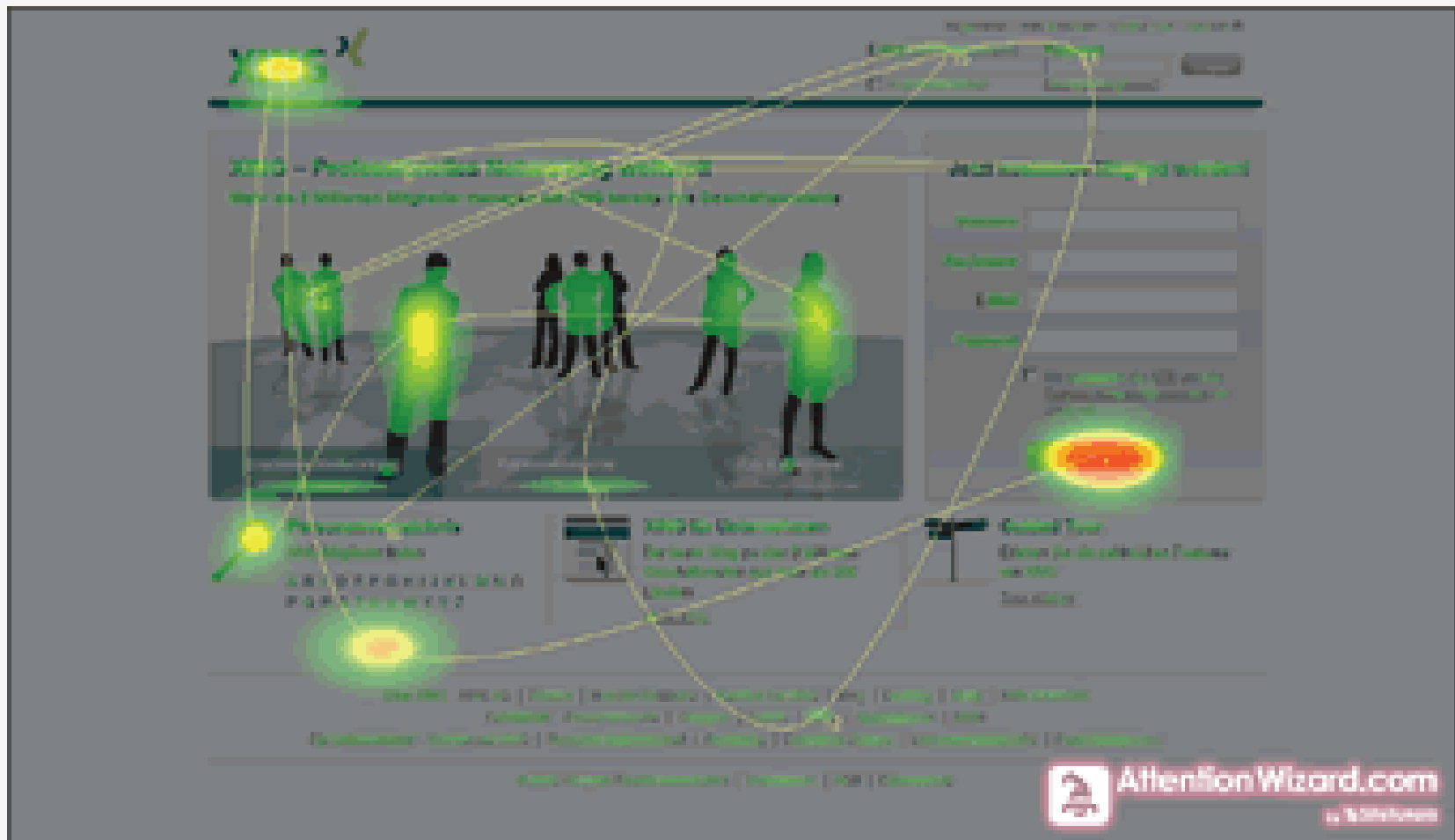
**XING für Unternehmen**  
Der beste Weg zu über 7 Millionen Geschäftskunden aus mehr als 200 Ländern  
XING.com

**Guided Tour**  
Entdecken Sie alle wichtigen Features von XING  
Tour starten

Über XING | XING AG | Presse | Investor Relations | Karriere bei XING | Blog | Kontakt | Hilfe & Kontakt  
Funktionen | Personenverzeichniss | Gruppen | Suche | Jobs | Unternehmen | XING  
Für Unternehmen | Karriere bei XING | Recruiting | XING | XING.com | XING.com | XING.com | XING.com  
© 2012 XING AG | Alle Rechte vorbehalten | Impressum | AGB | Datenschutz



## Eye-Tracking Simulation





## Mouse-Tracking

- **[www.clicktale.com](http://www.clicktale.com)**  
ab \$ 99,- p.m.
- **[www.etracker.com/de/etracker-visitor-motion.html](http://www.etracker.com/de/etracker-visitor-motion.html)**  
ab € 59,- p.m



## Mouse-Tracking






[Impressum](#) | [Sitemap](#) | [AGB](#)

**Home**

---

**Online-Marketing**

---

**E-Mail-Marketing**

---

**Mobile Marketing**

---

**Suchmaschinen-Marketing**

---

**Suchmaschinen-Optimierung**

---

**Social Media**

---

**• Usability-Tests**

- Usability-Check
- Usability-Studie

---

**Über uns**

---

**Die aktuellen Trends im Online-Marketing** gratis in Ihrer Mailbox.



### Usability-Test

**Bis zu 80% der potentiellen Kunden werden durch unpassend gestaltete oder schlecht konzeptionierte Websites vom Kauf abgehalten.**

Der User beschäftigt sich für gewöhnlich nur wenige Sekunden mit einer Seite. Findet er sich nicht sofort zurecht, verlässt er die Website.

Ein Usability-Test (Usability = Benutzerfreundlichkeit) deckt die Schwachstellen in Konzeption und Design von Websites auf. Die Benutzerfreundlichkeit und Effizienz der Seite kann damit deutlich erhöht werden.

Erst ein Usability-Test erlaubt mit hoher Sicherheit zu sagen, ob eine Website vom Kunden wirklich verstanden, angenommen und in der gewünschten Art und Weise benutzt wird.



**Unser Angebot**

- [Usability-Check](#)

Unser Experte begutachtet Ihre Website und

**AKTION: Jetzt mit eyetracking-Test gratis**



Beispiel: eyetracking Test von [www.xing.com](#) (Computersimulation)

**Kundenstimmen**

"Ich danke Ihnen vielmals für den sehr ausführlichen Bericht mit den vielen wertvollen Tipps."



## Mouse-Tracking





# Danke für Ihre Aufmerksamkeit

**Harald Schrefl**

T: 0699 / 11 78 31 97

E: [harald.schrefl@webperfect.at](mailto:harald.schrefl@webperfect.at)

W: <http://www.webperfect.at>

<http://www.webperfect.at/newsletter>

<http://www.webperfect.at/xing>

<http://www.webperfect.at/facebook>

<http://www.webperfect.at/twitter>



## -20% günstiger zur erfolgreichen Website

### **Usability-Expertenevaluierung**

- Untersuchung Ihrer Website durch einen Usability-Experten
- Schriftlicher Bericht mit konkreten Verbesserungsvorschlägen
- Persönliche Präsentation (ca. 1 Std.)

Jetzt nur **€ 360,-** (*Sie sparen € 90,-*)

### **Usability-Nutzertest mit Testpersonen**

- Erarbeitung eines Testleitfadens
- Test mit 3 Testpersonen inkl. Videoaufzeichnung
- Auswertung
- Schriftlicher Bericht mit konkreten Verbesserungsvorschlägen
- Persönliche Präsentation (ca. 1 Std.)

Jetzt nur **€ 960,-** (*Sie sparen € 240,-*)

Alle Preise exkl. MwSt. Angebote gültig bei Bestellung bis 31.12.2011.