

Visualisierung des Klickverhaltens im Shop mit Heatmaps

☒ Viele Shopbetreiber nutzen Webcontrolling Systeme wie etracker, Nedstat oder Google Analytics um Besucherzahlen, Seitenaufrufe und die Konversion ihres Shops zu messen. Ein Blick auf die Kennzahlen verrät Details zu Warenkörben, Partnerprogrammen und Umsätzen. Webcontrolling ist zum unverzichtbaren Bestandteil bei der Kanalisierung und Auswertung von Besucherströmen und Online-Kampagnen geworden.

Rückschlüsse auf eine mangelhafte Benutzeroberfläche oder Anordnung der Schlüsselemente lassen die Tools jedoch nur bedingt zu. Da Usability, also die Benutzerfreundlichkeit eines Shops mittlerweile maßgeblich zu Erfolg und Umsatz beiträgt, werden neben klassischen Usability-Tests immer öfter Blickverlaufsanalysen von Testkäufern (sog. Eyetracking Verfahren) beauftragt. Mit Hilfe dieser Analysen lassen sich Wahrnehmung, Orientierung und Klickverhalten der Seitenbesucher sehr genau analysieren.

Große Shops und Portale wie Otto oder Amazon beziehen ihre User schon lange aktiv in Designprozesse ein und orientieren sich bei der Gestaltung am Nutzerverhalten. Eine falsch positionierte Suche oder ein schlecht präsentiertes Produkt kann schnell dafür sorgen, dass Mitbewerber mit ähnlichem Produktportfolio erfolgreicher verkaufen.

Die Studio-Tests sind meist aufwändig und teuer, da Anbieter spezielle Hardware und Testpersonen einsetzen, um an die gewünschten Informationen zu gelangen.

Eine Alternative mit konkreten Anhaltspunkten zum Userverhalten bietet seit einiger Zeit der Online-Service crazyegg (www.crazyegg.com), den man über Einbindung eines kleinen Codefragments im Quellcode des Shops leicht aktivieren kann.

Die Ergebnisse sind aussagekräftig und bieten eine Aufbereitung der Klickstatistik in drei verschiedenen Darstellungsarten:



1. Overlay:

Diese Ansicht ermöglicht Detailauswertungen von Klicks jedes auf der Website befindlichen Interaktionselements.

2. List:

Diese Auswertung zeigt kumulierte Klickergebnisse prozentual.

3. Heatmap:

In der Heatmap-Auswertung werden die exakten Klickpositionen angezeigt. Je mehr auf eine Elementposition geklickt wird, desto roter (heiß) der Bereich. Elemente, die seltener angeklickt werden, werden blau (kalt) dargestellt.

Interessant wird diese Controlling-Technik, wenn man verschiedene Seitenversionen objektiv direkt gegenüberstellt und daraus Schlüsse für eine bessere Positionierung der Elemente zieht. Der Vergleich ermöglicht eine optimierte Anordnung der Kernelemente wie Navigation, Bilder, Formulare, etc.

Fazit: Der Service ist bis 5.000 Besucher kostenlos. In dieser Version kann man bis zu vier Websites gleichzeitig auswerten. Danach wird die Auswertung kostenpflichtig (\$19 - \$99 pro Monat), abhängig von der Besucherzahl.

Das Interface von crazyegg ist übersichtlich und gut gestaltet. Einziger Wermutstropfen ist die momentane Verfügbarkeit des Dienstes, insbesondere der Auswertungen. Der Anbieter scheint dem derzeitigen Ansturm auf das Produkt nicht gewachsen zu sein. Sollte sich der Zustand bessern, ist das Tool empfehlenswert.

Wer seine Website zukünftig visuell überwachen möchte, kann sich ebenfalls bei clicktale (www.clicktale.com) registrieren. Dort werden Mausbewegungen, Scrollbewegung und Klicken direkt als Video aufbereitet. Dieser Service befindet sich noch in der geschlossenen Betaphase. Die Ergebnisse können sich jedoch ebenfalls sehen lassen.