Wie man Tests für die Webshop-Optimierung nutzt

Das Testen von Webseiten kann süchtig machen. Es ist verlockend, im Hintergrund die Fäden zu ziehen und die positiven Effekte seiner Modifikationen zu beobachten. Aber es geht auch darum, möglichst effizient zu arbeiten und dabei die effektivsten Testverfahren zu nutzen. Jetzt, wo Sie sich ganz der Optimierung ihrer Webseite verschrieben haben:

So starten Sie eine erfolgreiche Testreihe!

1. Testen Sie richtig!

Sie haben also Veränderungen an Ihrer Seite vorgenommen und die Umsätze sind innerhalb einer Woche um 50 % gestiegen. Ihr Verdienst? Nicht wirklich, denn hier gibt es zu viele Variablen, die in eine Bewertung miteinbezogen werden müssen. Lief zur gleichen Zeit einen Ausverkauf in Ihrem Shop? Oder haben Sie zur gleichen Zeit einen Newsletter mit Sonderangeboten verschickt?

Um herauszufinden, wie sich die neue Version einer Webseite in Bezug auf die alte verhält, müsste man beide Versionen zur selben Zeit unter den selben Bedingungen testen. Ein gutes Tool, um solche Split-Tests durchzuführen, ist der Google Website Optimizer. Bevor Sie also fortfahren, machen Sie sich mit den entsprechenden Tools vertraut.

2. Keine Angst vor Fehlern

Beim Testen und Optimieren können auch Fehler oft zum Erfolg führen. Auch wenn Sie vielleicht enttäuscht sind, dass die neue Landing Page die alte nicht übertrifft – hätten Sie diese nicht vorher getestet, hätte dies unvorhersehbare Auswirkungen auf Ihre Umsätze haben können.

3. Versuchen Sie Geduld zu haben

Warten Sie lange genug, damit sich bei einem Split Testing aus den statistischen Ergebnissen ein Gewinnner ergibt. Widerstehen Sie der Versuchung sich schon vorzeitig für eine Version zu entscheiden, bevor verlässliche Endergebnisse vorliegen.

4. Benutzen Sie die Ihre Tests auch bei Diskussionsbedarf

Tests können bei einer Meinungsverschiedenheit eine verlässliche, unabhängige Instanz sein, die lange Diskussionen vermeiden kann. Dies kann dazu führen, dass sich ein praktischer Problemlösungsansatz entwickelt, bei dem Optimierungsmaßnahmen nicht einfach durchgeführt werden, sondern vorher ihre Effektivität geprüft wird.

5. Setzen Sie beim Testen Prioritäten

Prioritäten beim Testen zu setzen ist äußerst wichtig. Nehmen Sie sich zunächst die Seiten mit dem meisten Traffic und der höchsten Konversationsrate vor. Beschäftigen Sie sich aber auch mit den Seiten, die die höchsten Abbruchraten aufweisen, auf denen Besucher die geringste Zeit verbringen und wichtige Seiten wie Checkout, Warenkorb, Registrierung und Top Produkte.

6. Testen Sie nicht zu viele Variationen

Tests mit zu vielen Versionen einer Seite durchzuführen kostet sehr viel Zeit und es ist sehr schwer, statistisch festzustellen, welche Version die beste Performance bringt. Testen Sie also nur die Versionen, von denen Sie glauben, dass diese im Endeffekt auch Wirkung zeigen werden.

7. Dokumentieren Sie die Auswirkungen

Wenn Sie sich auf Basis ihrer Auswertungen für eine Version entschieden haben, sollten Sie die Performance dieser Version über einen längeren Zeitraum evaluieren, um auch die Langzeiteffekte einer Testung festzustellen. Stellen Sie diese Effekte in ein Verhältnis mit den entstandenen Umsätzen. Wenn beispielsweise eine Verbesserung der Seiten-Navigation eine Steigerung der Konversionsrate von 10% ergeben hat, berechnen Sie genau, wie viel Umsatz genau dadurch entstanden ist.

Optimierung und das ständige Testen unterscheidet eine Top-Webseite von einer guten Webseite. Wenn Sie diese Tipps beherzigen sind Sie bereits einen Schritt weiter auf dem Weg zur Top-Webseite.

Diesen Artikel haben wir mit freundlicher Genehmigung von Justin Palmer von palmerwebmarketing für Sie ins Deutsche übersetzt. Den Original-Artikel finden Sie hier.

Haben Sie eigene Anregungen zu Thema Testen? Dann schreiben Sie doch einen Kommentar.