So gestalten Sie verkaufsstarke Produktseiten

In 21 Schritten zur konversionsstarken Produktseite im Online-Shop. Wie das geht, zeigt die E-Commerce-Agentur Invesp in einer Infografik. Welche Elemente wirken kaufmotivierend, welche Services erwarten die Kunden und wie kommuniziert der Online-Händler seine Kundenversprechen?

Antworten auf diese Fragen finden Sie hier.

Conversion Rate Optimization (CRO) in Online-Shops ist eine Kernkompetenz der amerikanischen Agentur Invesp. In einer Infografik haben die Konversionsoptimierer 21 Elemente anschaulich und leicht verständlich zusammengetragen, die dazu beitragen, die Kauflust des Kunden zu steigern.

Neben internen Faktoren wie etwa Serviceversprechen, Pricing etc. spielen auch externe Faktoren, wie beispielsweise Gütesiegel und Kundenbewertungen eine wichtige Rolle.