

3 Praxis-Tipps damit Ihre Pop-ups wieder klicken

✘ Die Klickstärke von Pop-ups und Layern ist seit einigen Jahren rückläufig. Kein Wunder, denn die Nutzer haben gelernt, dass sich dahinter irrelevante Werbung verbirgt. Konversionsexperte Marcel Licht zeigt, wie Pop-ups wieder zu alter Stärke zurückfinden.

Pop-ups funktionieren. Da beißt die Maus keinen Faden ab. Aber die Responseraten weisen einen Trend nach unten aus, stellt Marcel Licht, Head of Conversion Architecture bei der Web Arts AG und Autor bei konversionskraft.de immer wieder fest.

Was Online-Händler tun können, um die Effektivität von Pop-up-Bannern wieder zu erhöhen, dazu gibt Licht die folgenden drei Tipps:

Tipp 1: Positionieren Sie Pop-ups neu

Der Mensch ist ein Gewohnheitstier und hat gelernt, dass Pop-ups in der Regel mitten auf dem Bildschirm erscheinen. Sobald er solches registriert, sagt ihm das Gehirn: "Das ist Werbung! Klicke es weg!"

Durch die Veränderung der Position des Pop-ups wird dieser Automatismus ausgetrickst. Und das führt zu einem positiven Nebeneffekt. Die veränderte Position wird vom Gehirn als etwas Neues wahrgenommen. Zack, das Auge wandert zum Pop-up und der Nutzer beschäftigt sich mit damit.



Tipp 2: Mehr Relevanz und Mehrwert schaffen

In vielen Online-Shops dient das Pop-up vornehmlich dazu, um auf den Newsletter hinzuweisen und Abonnenten zu akquirieren. Marcel Licht sieht die Werbemittel aber auch noch für weitere Zwecke. So könne etwa über Statusnachrichten die Nutzeraktivität gesteigert werden. Eine höfliche Aufforderung um Login steigere die Bestellwahrscheinlichkeit und Hinweise auf den Einsatz von Kategoriefiltern rege die Interaktion mit dem Shop an.

Es geht also darum, einen Nutzwert, ein Benefit für den Shopbesucher zu kommunizieren. Denn mitunter entdecken Kunden nützliche Shopfunktionen gar nicht, die zu einem angenehmeren Einkaufserlebnis beitragen.



Tipp 3: Pop-ups gezielt ausspielen

Lassen Sie die Werbeschrotflinte lieber im Schrank und überlegen Sie, welchen Shopbesuchern Sie welche Inhalte im Pop-up anzeigen. Kunden, die bereits Ihren Newsletter abonniert haben, könnten genervt reagieren, wenn sie wiederholt mit einem Pop-up zur Anmeldung aufgefordert werden. Licht bringt es auf den Punkt:

"Reize stumpfen schnell ab. Wenn ich 3x das gleiche angezeigt bekomme, werde ich es beim nächsten Mal noch eher schließen. Und da wir der optischen Wirkung nicht entfliehen können, reagieren wir auf die Störung sehr schnell genervt. Im schlechtesten Fall verlassen wir die Seite und kommen nie wieder."