

Steigerung der Conversion-Rate um 196 Prozent durch Video Content Testing



sightseekerMEDIEN

“Video ist nicht gleich Video – wir freuen uns über den Beweis, wie kritisch der Erfolgsfaktor Video Content bei Landingpages ist.”

Thomas Rehder
Geschäftsführender
Gesellschafter
SightseekerMedien GmbH

SightseekerMedien hat sich auf die effiziente, zielgerichtete Produktion und Verbreitung hochwertiger Videopräsentationen für Unternehmen, Agenturen, Verlage und Portale spezialisiert. Mit dem dezentralen Producer-Net, dem zentralen Contentcenter für Kundenbetreuung und Postproduction sowie einem erfahren Team werden hochwertige Videos zu günstigen Festpreisen realisiert und veröffentlicht.

Auswirkungen von Video Content auf die Conversion Rate

SightseekerMedien vermarktet seine Leistungen bereits seit Ende 2007 in Eigenregie mit Google AdWords. e-wolff wurde im Juli 2009 mit der Kampagnenbetreuung und Optimierung von SightseekerMedien beauftragt. Ziel war es, bei minimalem Budgeteinsatz ein bestmögliches Kosten-Nutzen-Verhältnis mit der Optimierung zu erzielen.

SightseekerMedien setzte mit Hilfe der Beratung von e-wolff Landingpages selbst um, jedoch blieb die Conversion-Rate trotz stimmigem Aufbau unter den Erwartungen der Spezialisten.

Aus diesem Grund wurde alternativer Video Content produziert und mit einem A/B-Test mittels des Google Website Optimierungs-Tools geprüft. In der Ursprungsversion wurde ein Produktbeispiel eines Münchner Fashion Stores angezeigt. In der neuen Variante wurden dagegen die Kunden direkt angesprochen und die Vorteile der Angebote von SightseekerMedien betont.

e-wolff erhoffte sich damit eine zielführendere Darstellung des Nutzens von Videopräsentationen zur Vermarktung von lokalen Dienstleistungen und Services über das Internet.

Original:



Test-Version:



Steigerung der Anfragen um 196 Prozent

Nach einer Testdauer von ca. drei Wochen konnte ein signifikantes Ergebnis erzielt werden: Der alternative Imagefilm steigerte die Anfragen um 196%.

<input type="checkbox"/> Variation	Status	Est. conv. rate	Chance to Best Orig.	Observed Improvement
Original	Enabled	± 0.7%	—	—
★ Combination 1 has a 98.4% chance of outperforming the original. Run a follow-up experiment »				
<input checked="" type="checkbox"/> Imagefilm	Enabled	± 1.2%	98.4%	196%

A/B-Test

A/B-Tests ermöglichen Ihnen, die Leistungsfähigkeit einer ursprünglichen Seite Ihres Internetauftritts mit einer oder mehreren Alternativseiten gleichzeitig zu testen, um festzustellen, welche am besten konvertiert.

Google Website Optimierungs-Tool

Das Website Optimierungs-Tool ist ein leicht handhabbares Tool zum Testen von Website Content, das direkt umsetzbare Ergebnisse liefert.

<http://www.google.de/websiteoptimizer/>

Regelmäßiges Testen lohnt sich

Mit der Einrichtung dieses Testszenarios konnte e-wolff alle geforderten Ziele des Kunden erreichen. Das Ergebnis ist bei geringem Arbeits- und Budgetaufwand mehr als beeindruckend und konnte SightseekerMedien davon überzeugen, eine kontinuierliche Testkultur im Unternehmen zu etablieren. Eindeutig belegt wurde, dass Video keineswegs gleich Video ist und es sich lohnt, alternative Kundenansprachen zu testen – ein Vorgehen, das SightseekerMedien nun auch den eigenen Kunden empfiehlt.

Bei den Google Conversion Professionals handelt es sich um Unternehmen, die Experten darin sind, Ihre Website zu optimieren.



www.google.de/gcp
