

Quick Wins – kleine Optimierungen mit großer Wirkung

Das Internet ist ein sehr schnelllebiges Medium. Gestaltung und Technik einer Website wirken schon nach einer vergleichsweise kurzen Frist nicht mehr zeitgemäß. Doch mit Quick Wins lassen sich Design, Usability, Strategie oder Suchmaschinen-Optimierung rasch verbessern.



Die Homepage der IMK, internationale Akademie für Marketing, Kommunikation und Werbung, vor der Optimierung: triste Farbgebung, wenig klickanregende Buttons und kleiner Content-Bereich.



Nach der Umsetzung diverser Quick Wins wirkt die Homepage nicht nur deutlich freundlicher und moderner, auch Navigation und Buttons laden zum Anklicken ein.

E-Commerce-Anbieter können ihren Online-Shop nicht alle zwei Jahre grundlegend relaunchen – Aufwand und Kosten wären viel zu hoch. Denn die komplette Überarbeitung eines Online-Shops mit seiner Vielzahl an datenbankbasierten Unterseiten dauert – will man ein optimales Ergebnis erzielen – einige Monate. Aber es gibt Alternativen: die sogenannten Quick Wins. Bei Quick Wins handelt es sich um kleine Optimierungen in den Bereichen Design, Usability, Strategie oder Suchmaschinen-Optimierung, die auch ineinander übergreifen. Sie werden mit wenig Aufwand im Rahmen eines bestehenden Systems und auf Basis der vorhandenen Templates umgesetzt.

Wenig Aufwand

In puncto Design können das beispielsweise Farbanpassungen sein, die ein freundlicheres, ansprechenderes Gesamtbild erzielen, oder eine optische Veränderung der Navigation mit mehr Kontrasten und einer anderen Aufteilung zur besseren Lesbarkeit und Orientierung. Mit wenig Aufwand lassen sich zum Beispiel auch Platzierung und Darstellung der Suche optimieren. Da User gelernt haben, wo sich bestimmte Funktionen auf der Website normalerweise befinden, sollte eine Volltextsuche oben rechts platziert sein. Eine Produktsuche dagegen funktioniert am besten mittig über dem Content-Bereich. Sinnvoll ist beispielsweise auch, auf Stringenz bei Form, Farbe und Inhalten zu achten. So sollten Links immer nur in einer Farbe gestaltet sein und bei Shops nur zwei unterschiedliche Buttons verwendet werden – ein „normaler“ Button und ein „Call-to-Action“-Button.

Suchmaschinen-Optimierung

Stringenz ist gleichzeitig eine wichtige Voraussetzung für eine gute Usability. Zu den Quick Wins im Bereich Usability gehören unter anderem die Überarbeitung von Artikel-Detailsei-

ten, etwa eine größere, prominente und klickanregende Gestaltung des Warenkorb-Buttons oder auch die Optimierung des Check-out-Prozesses. So sollte beispielsweise der Gesamtpreis im Check-out-Prozess zur besseren Übersicht



Quick Wins – small improvements with a big impact

After only a comparatively short time, the design and technology of a website ceases to be up-to-date. However, the costs and expenditure make it impossible especially for online dealers to completely relaunch their store every second year. Quick Wins offers an alternative – small improvements of the interlinked design, usability and strategy areas, or search engine optimisation. Quick Wins are implemented with little effort in the context of an existing system and on the basis of existing templates. From a design point of view, this can mean changing the appearance of the navigation and with regard to usability, optimisation of the check-out process. Online store operators should first define tangible goals based on an analysis of the current situation, and taking web controlling data into account, before proceeding with the actual optimisation. This means you can select Quick Wins that allow realisation of these goals in the most effective way. The integration of modern product introductions such as sliders or videos can for example help to tap the full sales potential in combination with other Quick Wins. And following optimisation it is important to perform ongoing checks to ensure that objectives are being achieved. The advantages of Quick Wins are obvious: they can be achieved at an acceptable expenditure and moderate costs and allow the modernisation of a store without having to substantially change the familiar workflow. Quick Wins keep their promise: they are small improvements with a big impact.

für den Kunden jederzeit sichtbar bleiben. Hilfreich kann es auch sein, den gesamten Check-out auf einer einzigen Seite abzuschließen. Denn wenn Käufe ohne das vorherige Anlegen eines Kundenkontos möglich sind, werden Neukunden nicht durch lange Registrierungsprozesse abgeschreckt. Ein weiteres Beispiel für Quick Wins ist die Überarbeitung des Seiteneinstiegs und der Kundenansprache – etwa das Ersetzen eines langen Einstiegstextes durch ein emotionales Key Visual oder das emotionale Anteasern von Produkten auf der Startseite. Im Bereich Suchmaschinen-Optimierung schließlich gehören sprechende URLs, valides Markup oder die Optimierung von Meta Tags zu den Quick Wins.

■ Zielgruppen definieren

Welche Quick Wins für einen Shop-Betreiber den größten Nutzen bringen, hängt natürlich von der Zielstellung ab. Vor jeder Optimierung steht deswegen eine ausführliche Analysephase. Auf Basis einer Ist-Analyse und unter Einbeziehung von Web-Controlling-Daten sollten konkrete Ziele festgelegt werden. Nur wenn man seine Zielgruppe kennt und genau definiert, was man erreichen bzw. verbessern will, lassen sich die Quick Wins identifizieren, mit denen diese Ziele am effektivsten realisiert werden. Verfolgt ein Shop-Betreiber beispielsweise das Ziel, Umsatzpotenziale besser auszuschöpfen, kann die Integration von neuen, modernen Produkteinstiegen wie Slider, Tag Clouds oder Videos – im Zusammenspiel mit anderen Quick Wins – dabei helfen. Dasselbe gilt für eine verbesserte Darstellung der Vorteilskommunikation. Die prominente und visuell ansprechende Darstellung von USPs wie bestimmte Zertifizierungen oder kostenloser Versand kann zur Umsatzsteigerung beitragen. Generell muss im Anschluss an die Optimierung kontinuierlich der Grad der Zielerreichung überprüft werden – gegebenenfalls gilt es, weitere Optimierungsmaßnahmen zu ergreifen.

■ Fazit

Die Vorteile der Quick Wins liegen auf der Hand: Sie lassen sich mit überschaubarem Aufwand und moderaten Kosten erzielen, weil die vorhandene Shop-Struktur unangetastet bleibt. Und weil der technische Aufwand eher gering ist, lassen sie sich schnell umsetzen. Ein Shop wird dabei modernisiert und optimiert, ohne die gewohnten Abläufe groß zu verändern. Quick Wins halten, was sie versprechen: kleine Optimierung – große Wirkung. ■



Autor
Tim Hahn
Geschäftsführer
von netz98



Agentur für

Werbung

Marketing

Online

Events



//Spiel.Satz.Sieg.
www.insideall-agentur.de