

rankingCHECK maßgeblich beteiligt an der Eyetracking-Studie des BVDW

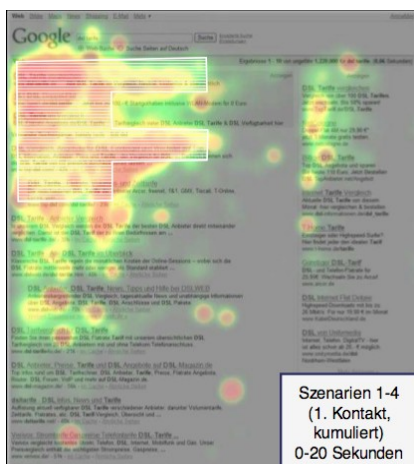
Die BVDW Eyetracking-Studie untersucht die Aufmerksamkeitsverteilung auf Google-Suchergebnisseiten. Das eindeutige Ergebnis: Die Aufmerksamkeit konzentriert sich auf den oberen Bereich der Seite und Anzeigen haben eine hohe Relevanz für die Kaufentscheidung.

In der ersten deutschen Studie dieser Art untersuchte der Arbeitskreis Suchmaschinen Marketing des Bundesverbands Digitale Wirtschaft (BVDW) das **Nutzerverhalten auf Google-Suchergebnisseiten**. Dabei wurde ein besonderes Augenmerk auf das Blickverhalten von Nutzern auf entsprechenden Ergebnisseiten gelegt. Beobachtet wurden zum einen die generelle Wahrnehmung der Ergebnisseite, zum anderen die **Wahrnehmung von bezahlten und regulären Suchergebnissen**.

Im Rahmen der Studie wurden vier verschiedene Szenarien entworfen, bei denen allgemeine und gezielte Suchanfragen sowie ein Produktkauf eingebunden wurden. Es konnte festgestellt werden, dass sich die Aufmerksamkeit auf die obere, linke Ecke der Suchergebnisse konzentriert und dabei eine **F-förmige Verteilung** aufweist. Die Betrachtungsdauer der Seite und auch die Bereitschaft zum Klick nehmen von oben nach unten ab. Nutzer orientieren sich zunächst durchgehend an den ersten drei obersten Suchergebnissen, die restlichen Ergebnisse werden erst später betrachtet. Beim zweiten Seitenkontakt nimmt die Wahrnehmung der rechten und auch der weiter unten stehenden Ergebnisse zu.

Erster Seitenkontakt:

Zweiter Seitenkontakt:



Interessante Informationen zum Klickverhalten: Die Übereinstimmung mit dem eingegebenen Suchbegriff wird ebenso wie der Titel des Suchergebnisses zum ausschlaggebenden Kriterium für einen Klick. Besteht eine konkrete Kaufabsicht erlangt die angegebene URL zudem eine erhöhte Relevanz, da der Nutzer in ihr eine Art „Visitenkarte“ erkennt, anhand derer Vertrauenswürdigkeit und Bekanntheit des Anbieters eingeschätzt werden.

Für uns war es erfreulich zu sehen, dass die Ergebnisse der Studie sehr gut mit unserer bisherigen Arbeitsweise korrespondieren. Alles in allem hat die Studie interessante Erkenntnisse ans Licht gebracht, von denen in erster Linie unsere Kunden profitieren werden.

Unter <http://www.bvdw-sem.de/eyetracking.php> können Sie kostenlos eine Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisberichte der Studie anfordern. Wenn Sie Interesse an der gesamten Studie haben, wenden Sie sich bitte an Ihren Ansprechpartner.

=====

Mit eKomi Umsätze steigern!

Maßgebend für Ihren Erfolg ist das Vertrauen, das bestehende Kunden Ihnen entgegen bringen, weil Sie mit Ihren Produkten und Ihrem Service überzeugt haben. **Kundenmeinungen erhöhen die Zufriedenheit** und das Vertrauen der Käufer **um mind. 21%**.



Unser Partner eKomi unterstützt Sie dabei, Meinungen von zufriedenen Käufern an Neukäufer weiterzureichen. So werden Bestandskunden zu Multiplikatoren.

Mit eKomi geben Sie Kunden die Möglichkeit, Sie authentisch zu bewerten - ohne viel Aufwand. Mit **garantiert unabhängigen, transparenten Bewertungen** wecken Sie Vertrauen bei Neukunden und kommunizieren ein seriöses Image.

Wie funktioniert eKomi?

Einfach das **eKomi Widget** in Ihrer Webseite einbauen: Neukäufer können zu jeder Zeit Bewertungen anderer Käufer lesen und später eigene Bewertungen abgeben. **Das System ähnelt den Bewertungssystemen von Amazon oder Ebay.**



Ihre Vorteile

Lange und intensive Tests ergaben das eKomi Ihren Umsatz steigert! Mehr als 250 Online Shops profitieren schon von eKomi. Wenn Sie auch Interesse haben, gehen Sie einfach auf <http://rankingcheck.ekomi.de> . Hier finden Sie weitere Infos, können sich registrieren und eKomi zwei Monate kostenlos und unverbindlich testen.

Website-Optimierung

Für alle Webmaster, die Ihre Website einer Optimierung unterziehen möchten, bietet Google im Rahmen seiner Google Services ein Tool namens Website Optimizer an.

Wir bei rankingCHECK setzen den Google Website Optimizer neben anderen Maßnahmen erfolgreich im Rahmen der Website- und Usability-Optimierung für unsere Kunden ein. Diese Kunden konnten Ihre Konversionsraten um bis zu 5 % steigern. **Ganz wichtig dabei: Die Konzeption der Landing Page-Varianten.** Auf http://www.google.com/websiteoptimizer/case_studies.html sind mehrere Ergebnisberichte einsehbar, die von den Erfolgen einer Website-Optimierung mit dem Tool berichten.

Die wichtigsten Funktionen des Google Website Optimizers sind:

- **A/B Split-Test mehrerer Website Layouts und Inhalte**
- **Isoliertes Testen einzelner Website-Bereiche**
- **Zielgenaue Ermittlung der Website mit der besten Performance**
- **Einfache Einbindung von Google Analytics**
- **Automatische Generierung von Berichten**



Wenn Sie mehr über den Google Website Optimizer erfahren möchten, wenden Sie sich bitte an Ihren Ansprechpartner.