

CONVERSION OPTIMIERUNG

A/B Testing

0

A/B Testing
Einführung



1

A/B Testing Grundlagen

A/B Testing

Grundlagen

A/B-Testing ist eine Methode, um zu messen, welcher von zwei oder mehr Varianten eines Produkts oder einer Dienstleistung bei den Benutzern oder Kunden besser ankommt. Es wird häufig in der Webentwicklung, im Marketing und in der Produktentwicklung eingesetzt.

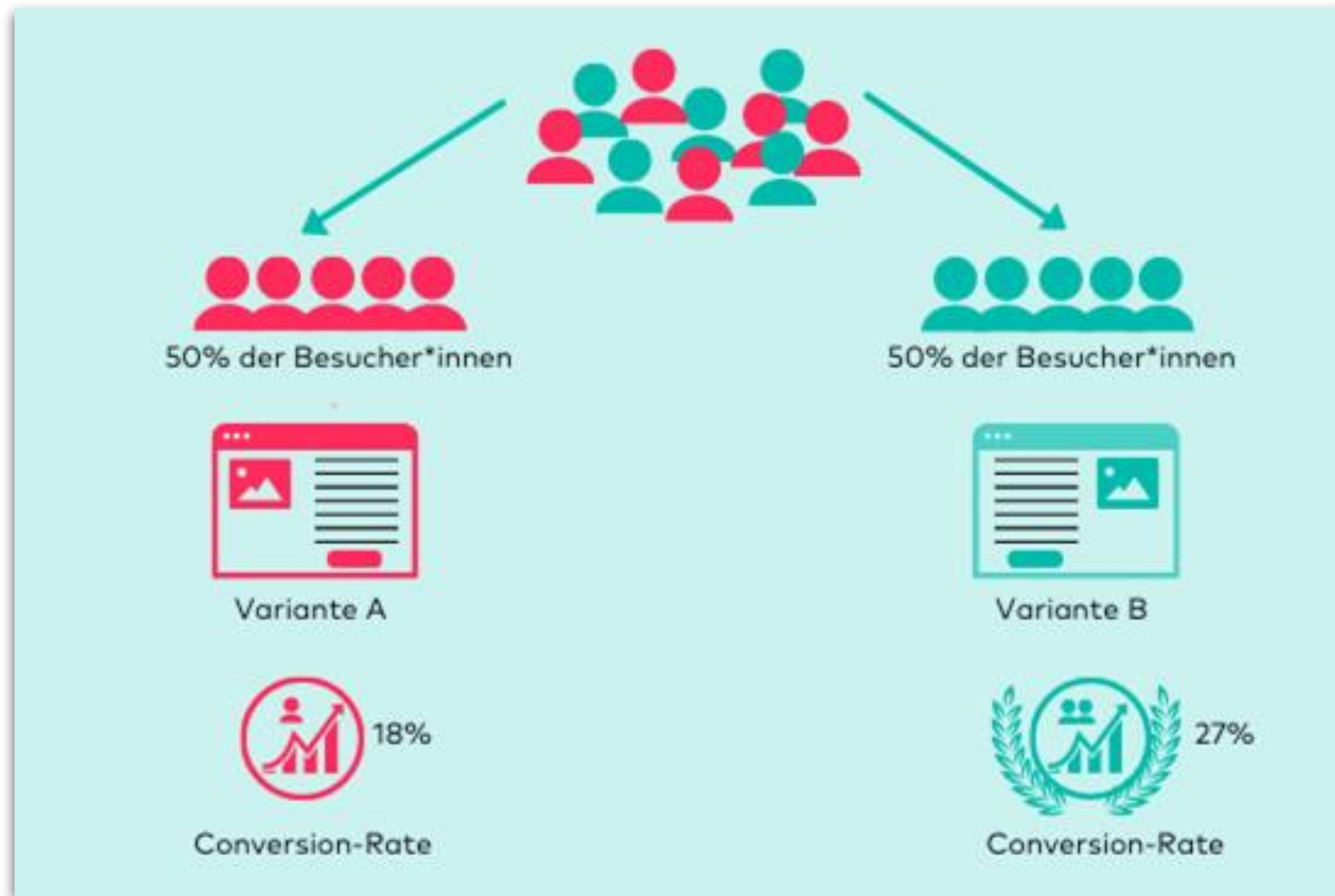
Im Wesentlichen wird eine Gruppe von Benutzern oder Kunden in zwei (oder mehr) Gruppen aufgeteilt, und jede Gruppe sieht eine leicht unterschiedliche Version des Produkts oder der Dienstleistung. Die Gruppe, die das bessere Ergebnis zeigt, wird als "Gewinner" betrachtet.

A/B Testing

Grundlagen

- Ziel von A / B Tests ist es herauszufinden, welche Visuellen Elemente, CTA-Buttons oder Versionen einer Seite besser performen
- Hierzu wird der Traffic geteilt und auf die 2 Varianten geschickt. Am Ende wird anhand verschiedener KPIs ermittelt, welche Version besser performt
- Ermöglicht insgesamt Einblicke in die Nutzerpräferenzen und Verhaltensweisen, die wiederum für Optimierungen genutzt werden können

A/B Testing Grundlagen



- 100% Traffic
- Aufteilung von 50% - 50%
- Testing unterschiedlicher Varianten / Versionen
- Ergebnis wird erzielt
- ...

A/B Testing Grundlagen

01

Testen verschiedener Layouts, um die Nutzerinteraktion zu maximieren.

Layout

02

Prüfung verschiedener Überschriften, Produktbeschreibungen oder Call-to-Actions.

Inhaltsoptimierung

03

Experimentieren mit unterschiedlichen Preispunkten oder Rabattstrategien.

Preismodelle

2

A/B Testing Vorgehensweise

A/B Testing

Vorgehensweise



Step 1



Vermutung

Analyse bestehender Website-Daten zur Identifizierung von Optimierungspotenzialen.

Step 2



Hypothese

Aufstellen einer spezifischen Hypothese, z.B. "Kauf auf Rechnung erhöht Conversion Rate".

A/B Testing

Vorgehensweise

Step 3



Szenarien

Entwicklung des Szenarios: 2 Checkout-Versionen, eine mit und eine ohne Rechnungskauf.

Step 4



KPIs definieren

Festlegung der Key Performance Indicators, z.B. Conversion Rate.

Step 5



Umsetzung

Technische Implementierung des A/B-Tests im Webshop.

A/B Testing

Vorgehensweise

Step 6



Auswertung

Analyse der Testdaten und
Vergleich der Performance
beider Versionen.

Step 7



Iterativer Prozess

Anpassungen und weitere Tests
zur kontinuierlichen
Verbesserung.



3

A/B Testing Vor- und Nachteile

A/B Testing

Vor- und Nachteile

Pros

Reduzierung von Kosten da keine blinde Optimierung



Steigerung der Effizienz und Schonung von Ressourcen



Faktenbasierte Entscheidungen und Klarheit



Große und unnötige Projekte werden verhindert



Erlaubt die Konzentration auf die wichtigen Themen im E-Commerce



Cons



E-Commerce System muss für die Nutzung ausgelegt sein



Ständige Änderungen im Shop könnte Kunden verwirren



Funktioniert nur gut, wenn es viel Traffic gibt



Erfordert methodische und strikte Vorgehensweise

4

A/B Testing Best Practices

Immer nur eine Variable

Verändere immer nur eine Variable beim Testing, da du
ansonsten nicht feststellen kannst welche Variable
welchen Effekt hatte.



01

Dein Traffic bestimmt die Varianten-Anzahl

Hast du einen sehr hohen Traffic auf deiner Website solltest du nicht nur 2 verschiedene Varianten testen, sondern eher 3 bis 5, denn der höhere Traffic ermöglicht es mehrere Varianten schneller zu testen.

02

03

Lasse deine Tests lange genug laufen um richtige Ergebnisse zu produzieren. Du wirst z.B. in nur 2 Tagen keine relevanten Daten sammeln können.

**Tests lang genug
laufen lassen**

Allerdings solltest du die Tests auch nicht allzu lang laufen lassen, denn wenn nach Wochen keine entscheidungsrelevanten Ergebnisse erzielt werden, solltest du Tests mit neuen Varianten erstellen.

**Aber auch nicht
zu lange!**

Prüf-Tests

Bevor du deine A/B-Tests startest, prüfe deine Varianten auf Funktionalität, da deine Tests ansonsten hinterher umsonst waren, wenn die Variante nicht funktioniert.

Analysiere verschiedene Indikatoren

Beim A/B-Testing solltest du nie nur einen Indikator, wie z.B. "Käufe" tracken, sondern mehrere Indikatoren (z.B. Klicks, Add to Carts, Registrierungen, usw.) damit du herausfindest welche Variante auch wirklich die Bessere ist.

Berücksichtige Werbeaktionen während Tests. Zwar kann eine Variante deutlich besser abschneiden als eine andere Variante, aber wenn das während einer Werbeaktion war, dann kann dadurch das Ergebnis verfälscht werden. Im besten Fall testest du Produkte, die derzeit nicht in Werbeaktionen sind.

**Werbeaktionen
berücksichtigen**

Oftmals macht es mehr Sinn deine Tests lediglich bei neuen Besuchern zu schalten, statt auf bereits bestehende Besucher, da diese deine Website bereits kennen und das die Ergebnisse verfälschen können.

**Zielgruppen
segmentieren**

5

A/B Testing Tools

A/B Testing Tools



AB Tasty

AB Tasty ist eine Software-as-a-Service-Anwendung. Sie ermöglicht es A/B- und multivariate Tests unkompliziert und eigenständig durchzuführen. Mit dem integrierten Grafikeditor können Seiten ihrer Websites direkt angepasst und verschiedene Testversionen erstellt werden, ohne dass technisches Fachwissen erforderlich ist.

Weitere Services & Sonstiges

- Modularer Aufbau
- Grundversion von AB Tasty ab 199 Euro
- Viele Learnings verfügbar
- Test-Empfehlungen durch integrierte KI

A/B Testing Tools



VWO

VWO Testing ist eine Anwendung von VWO (Visual Website Optimizer). Mit diesem Tool ist es möglich, maßgeschneiderte Besuchererlebnisse durch A/B-Tests, Multivariate-Tests und Split-URL-Tests zu kreieren. Um die optimale Variante zu finden, können Anpassungen bequem mittels Drag & Drop in einem visuellen Editor vorgenommen werden.

Weitere Services & Sonstiges

- Modularer Aufbau
- SaaS
- Kostenlose & kostenpflichtige Version verfügbar
- 24h-Support

A/B Testing Tools



Unbounce

Unbounce ermöglicht die einfache Erstellung, Veröffentlichung und Prüfung von responsiven Landing-Pages, ohne dass HTML-Kenntnisse erforderlich sind. Zudem kann Unbounce nahtlos in verschiedene andere Tools integriert werden. Mit dem Tool kann man ebenfalls A/B-Tests durchführen.

Weitere Services & Sonstiges

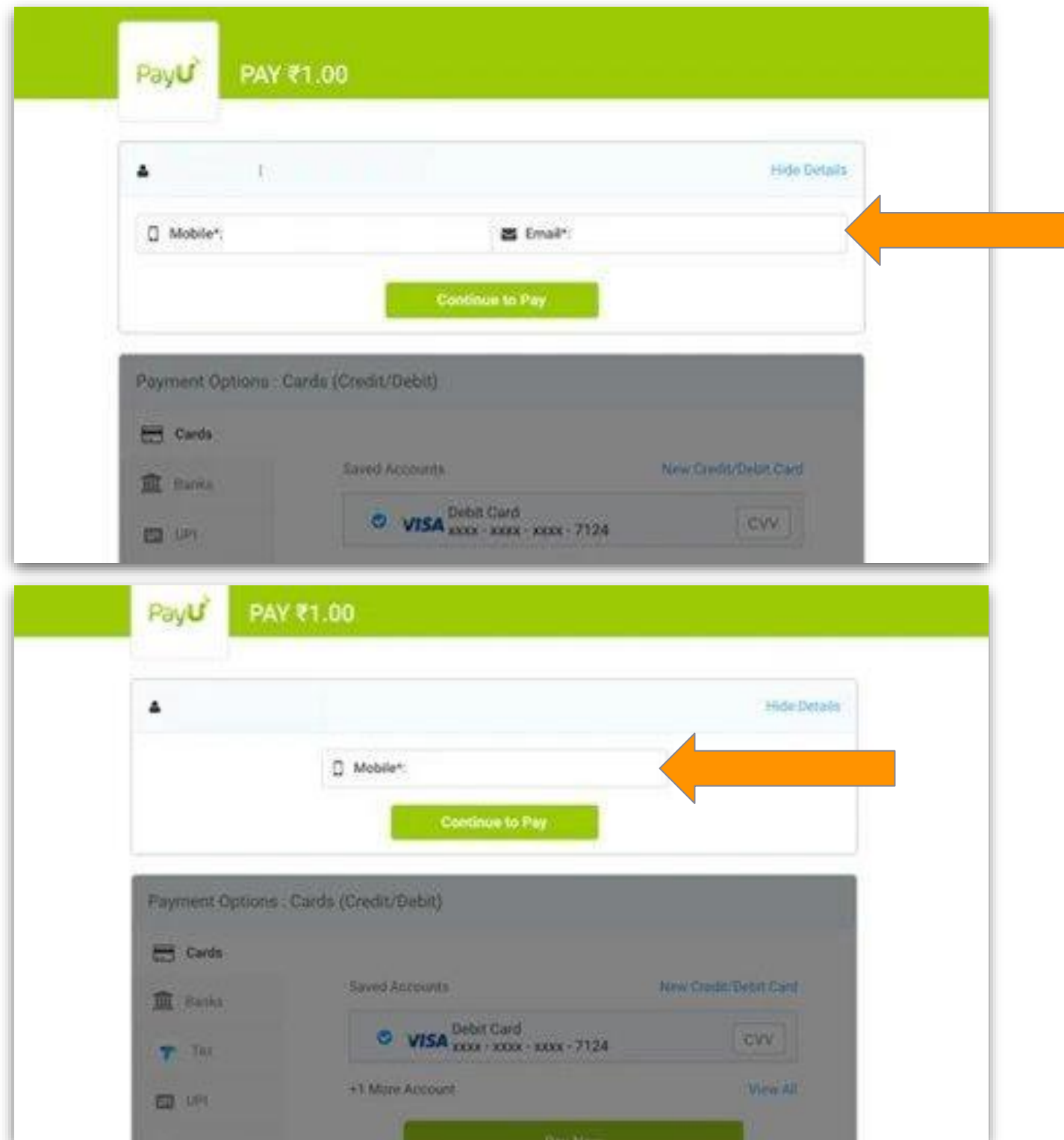
- Ab 67€ monatlich
- Landingpage-Builder
- Popups & Sticky Bars
- AI-Copywriting & AI-Optimierungsvorschläge

6

A/B Testing Beispiele

A/B Testing

Beispiele - PayU



- Firma PayU wollte ihren Checkout-Prozess optimieren
- Im A/B Testing wurde die E-Mail-Adresse entfernt
- Nur noch Mobilnummer wird abgefragt
- Conversion Steigerung um 5,8%

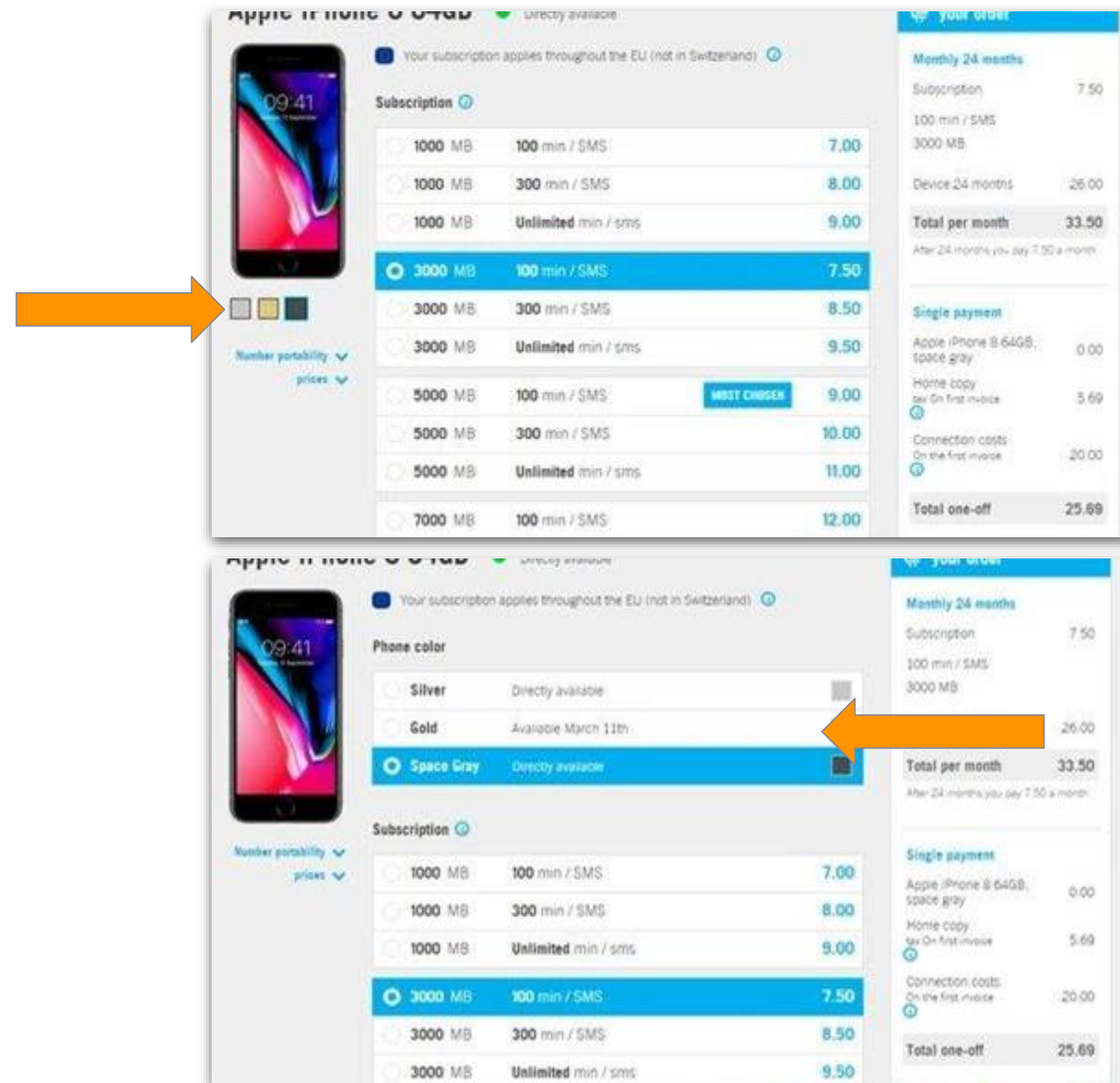
A/B Testing

Beispiele - Ben

- Ben ist ein Unternehmen mit Hauptsitz in Den Haag, Niederlande und bietet seinen Kunden Abonnement-Pläne für Mobiltelefone an.
- Für das iPhone 8 konnte man die Farbe des Handys über farbige Icons auswählen, aber viele Kunden verstanden das nicht und suchten Hilfe beim Support
- Mit dieser Information führte die Firma dann A/B-Tests durch und implementierte eine andere Methode zur Farbauswahl des iPhones
- Daraufhin stieg die Conversion-Rate von 2,2% auf 2,5%

A/B Testing

Beispiele - Ben



- Ben ist ein Unternehmen, das seinen Kunden Abonnement-Pläne für Mobiltelefone anbietet.
- Im A/B Testing wurde die Farbauswahl neu positioniert
- Daraufhin stieg die Conversion-Rate von 2,2% auf 2,5%

7

A/B Testing Aufgaben