

Conversion Optimierung Checkliste

Checkliste: Conversion Optimierung

Diese Checkliste hilft dir dabei, die Conversion deiner Website gezielt zu verbessern und mehr aus deinen Besuchern zu machen.

1. Struktur & Nutzerführung

Ist die Website klar aufgebaut und leitet sie Nutzer gezielt zur Conversion?

- Klare Nutzerführung:** Ist die Struktur der Seite logisch und verständlich aufgebaut?
Beispiel: Wichtige Inhalte und CTA-Buttons sind sofort sichtbar
- Seitenaufbau optimiert:** Führt der Aufbau den Nutzer Schritt für Schritt zur Handlung?
Beispiel: Problem → Lösung → Angebot → CTA
- Wichtige Informationen sichtbar:** Sind alle entscheidenden Infos schnell auffindbar?
Beispiel: Preise, Vorteile oder Kontaktmöglichkeiten
- Mobile Optimierung vorhanden:** Ist die Seite auch auf mobilen Geräten gut nutzbar?
Beispiel: Menü und Buttons sind leicht klickbar

2. Vertrauen & Glaubwürdigkeit

Wird genug Vertrauen aufgebaut, damit Nutzer eine Entscheidung treffen?

- Referenzen vorhanden:** Sind echte Kundenstimmen oder Logos eingebunden?
Beispiel: Kundenlogos oder Testimonials auf der Startseite
- Social Proof integriert:** Gibt es Bewertungen oder Fallstudien?
Beispiel: 4,8 Sterne Bewertung von Kunden
- Seriöses Design:** Wirkt die Website professionell und modern?
Beispiel: Einheitliches Farbschema und hochwertige Bilder
- Transparenz gegeben:** Sind Kontaktinformationen und Impressum leicht zugänglich?
Beispiel: Klare „Über uns“-Seite mit Teamvorstellung

3. Call-to-Action (CTA)

Sind Nutzer klar zur gewünschten Handlung geführt?

- CTA sichtbar platziert:** Sind Handlungsaufforderungen gut erkennbar?
Beispiel: „Jetzt kostenlos beraten lassen“ oberhalb der Falz
- CTA verständlich formuliert:** Ist klar, was der Nutzer bekommt?
Beispiel: „Kostenloses Angebot anfordern“ statt nur „Absenden“
- CTA mehrfach eingebunden:** Gibt es mehrere Einstiegspunkte zur Conversion?
Beispiel: CTA im Header, im Content und am Seitenende
- Visuelle Hervorhebung:** Stechen CTA-Buttons optisch hervor?
Beispiel: Kontrastfarbe zum Rest der Seite

4. Usability & Formulare

Ist die Nutzung der Website und der Conversion-Prozess einfach und reibungslos?

- Formulare optimiert:** Sind nur notwendige Felder enthalten?
Beispiel: Name, E-Mail statt 10 Pflichtfelder
- Nutzerfreundlichkeit hoch:** Ist der Conversion-Prozess einfach verständlich?
Beispiel: Klarer Ablauf ohne unnötige Schritte
- Ladezeit optimiert:** Lädt die Website schnell genug?
Beispiel: Unter 3 Sekunden Ladezeit
- Fehlervermeidung integriert:** Werden Nutzer bei Eingaben unterstützt?
Beispiel: Hinweis bei falscher E-Mail-Adresse

5. Analyse & Tracking

Wird das Nutzerverhalten gemessen und zur Optimierung genutzt?

- Tracking eingerichtet:** Werden Conversions systematisch erfasst?
Beispiel: Google Analytics oder Matomo eingebunden
- Conversion Rate gemessen:** Wird die Conversion Rate regelmäßig überprüft?
Beispiel: 2 % der Besucher werden Leads
- Nutzerverhalten analysiert:** Wird erkannt, wo Nutzer abspringen?
Beispiel: Heatmaps oder Funnel-Analyse
- Optimierungen umgesetzt:** Werden Erkenntnisse aktiv genutzt?
Beispiel: CTA wird aufgrund niedriger Klickrate angepasst

Disclaimer: Diese Checkliste dient ausschließlich als allgemeiner Leitfaden und stellt keine rechtliche Beratung oder eine professionelle technische Prüfung dar. Sie ersetzt weder eine individuelle fachliche Bewertung noch eine detaillierte Analyse durch qualifizierte Experten. Es wird empfohlen, bei Bedarf eine vertiefte Prüfung sowie Unterstützung durch entsprechende Fachleute in Anspruch zu nehmen.