

Personalisierungs- Checkliste

Checkliste: Website-Personalisierung

Diese Checkliste hilft dir dabei, deine Website Schritt für Schritt zu personalisieren – mit klaren Zielen, sauberen Daten und messbaren Ergebnissen.

1. Ziele & Segmente

Ist klar definiert, wen du personalisiert ansprechen willst – und wozu?

- Conversion-Ziel definiert:** Ist festgelegt, was die Personalisierung erreichen soll?
Beispiel: Mehr Demo-Anfragen oder höherer Warenkorbwert
- Segmente gewählt:** Sind 2-3 wichtige Besuchergruppen bestimmt?
Beispiel: Erstbesucher vs. Wiederkehrer, B2B vs. B2C
- Startseiten priorisiert:** Sind die wichtigsten Seiten für den Anfang gewählt?
Beispiel: Homepage, Preisseite und Top-Landingpage
- Kaufphasen berücksichtigt:** Sind Inhalte der Customer Journey zugeordnet?
Beispiel: Ratgeber (Awareness), Vergleiche (Consideration), Preise (Decision)

2. Daten & Datenschutz

Ist deine Datenbasis sauber, zentral und DSGVO-konform?

- Consent-Management aktiv:** Wird vor der Personalisierung eine Einwilligung eingeholt?
Beispiel: Consent-Banner mit dokumentierter Zustimmung
- Daten zentralisiert:** Laufen First- und Zero-Party-Daten in einem System zusammen?
Beispiel: CRM oder CDP als Single Source of Truth
- Datenminimierung geprüft:** Nutzt du nur Signale mit klarem Zweck?
Beispiel: Wenige aussagekräftige Felder statt maximaler Sammlung
- Datenqualität gesichert:** Sind Dubletten und Lücken bereinigt?
Beispiel: Pflichtfelder, Formate und Dublettenprüfung am Eingang

3. Inhalte & Varianten

Hat jedes Segment passende Inhalte statt Einheitsbrei?

- Headlines je Segment:** Sprechen die Überschriften die jeweilige Zielgruppe an?
Beispiel: „Software für Startups“ vs. „Enterprise-Lösungen“
- CTAs angepasst:** Passt die Handlungsaufforderung zur Kaufphase?
Beispiel: „Kostenlos testen“ vs. „Demo vereinbaren“
- Passende Referenzen:** Sehen Besucher branchen- oder regionspezifische Beispiele?
Beispiel: Case Study aus der Branche des Besuchers
- Mobile berücksichtigt:** Sind mobile Varianten kürzer und handlungsorientiert?
Beispiel: Große CTAs und Click-to-Call auf dem Smartphone

4. Verhaltens-Trigger & Technik

Reagiert deine Website auf das, was Besucher gerade tun?

- Wiederkehrer erkannt:** Sehen wiederkehrende Besucher andere Inhalte als Erstbesucher?
Beispiel: Direktes Angebot statt erklärendem Einstieg
- Abbruch-Trigger aktiv:** Gibt es vertrauensbildende Hinweise bei Warenkorbabbruch?
Beispiel: Infos zu Lieferung und Rücksendung einblenden
- Subtil statt aufdringlich:** Nutzt du Kontext-Signale statt flächendeckender Pop-ups?
Beispiel: Vergleichsübersicht bei langer Verweildauer auf der Preisseite
- Tools integriert:** Sind Personalisierungs-Tool, CRM und Analytics verbunden?
Beispiel: Event-Tracking speist Segmente automatisch

5. Messung & Optimierung

Weißt du, ob deine Personalisierung wirklich wirkt?

- Kontrollgruppe eingerichtet:** Testest du mit Holdback gegen eine neutrale Variante?
Beispiel: 10 % der Besucher sehen die unpersonalisierte Version
- KPIs definiert:** Misst du Conversion, Engagement und Umsatz-Attribution?
Beispiel: Conversion-Rate je Segment in GA4 verfolgen
- A/B-Tests laufen:** Werden Varianten systematisch getestet und Gewinner ausgerollt?
Beispiel: Headline-Test je Segment über 2-4 Wochen
- Regelmäßige Re-Baselines:** Prüfst du die Regeln quartalsweise gegen eine neutrale Variante?
Beispiel: Quartals-Check verhindert schleichende Verschlechterung

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.