

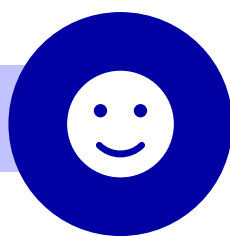
DOS & DON'TS

IN IHREM WEIHNACHTS-TESTING

10 IDEEN FÜR ERFOLGREICHE A/B-TESTS IN DER WEIHNACHTSSAISON



DOs



- Testen Sie, aber testen Sie einfach!
- Erstellen Sie frühzeitig eine CRO-Roadmap für Weihnachten
- Qualitätssicherung (durch professionelle Tools) ist zu Weihnachten noch wichtiger als sonst
- Nutzen Sie Multi-Armed-Bandit-Tests
- Nutzen Sie Personalisierungen und Veränderungen in den A/B-Tests, die Sie auch ohne Ihre Entwickler hinbekommen
- Nutzen Sie Automatisierungen für weniger Stress und lagern Sie die Kampagnenplanungen zu Weihnachten ggf. aus

DON'Ts

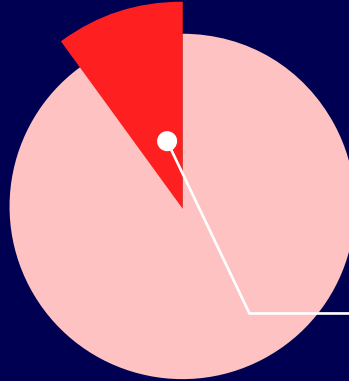


- Einwände überwiegen lassen: nicht testen und nicht optimieren
- Ausführung von zu technischen (serverseitigen) Tests, die Ihre Entwicklerteams überlasten
- Zu starke Übertragung der Ergebnisse auf den Rest des Jahres

EINIGE KAMELEOON FAKTEN

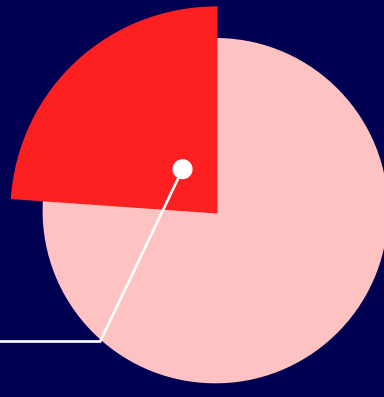
Welchen kurzfristigen Impact können leichte clientseitige Veränderungen auf Ihre Performance haben?

Direkte Integration eines „Ihre E-Mailadresse“-Buttons auf der „Konto eröffnen“-Seite



+8%
Account Openings

+24%
Account Openings

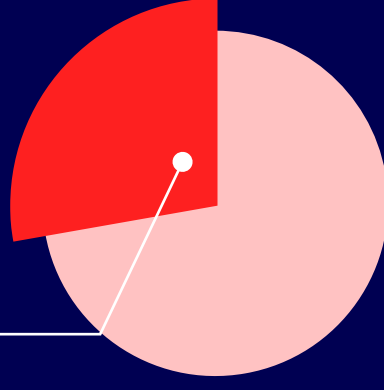


Integration eines Pop-ins zur Registrierung

Integration eines Newsletter-Panels bei Ausverkauf

+220%
Subscription-Rate

+28%
Warenkorb-Klickrate



Warenkorb: Personalisierung der Warenkorberinnerungen durch Mitarbeiterfotos

TESTIDEE #1: Saisonale Wertversprechen

Welche saisonale Wertversprechen bieten Sie Ihren Nutzern zu Weihnachten? Welche Komponenten (verbesserte Lieferzeiten, höhere Rabatte, kostenlose Extra-Services, verlängerte Garantielaufzeiten) können Sie testen?

TESTIDEE #2: Spezielle (Weihnachts-) Angebote

Welche speziellen Angebote können Ihre Nutzer auf der Website entdecken? Gibt es bei Verpackungsservices, Adventskalender, Befüllservices etc. einen Testspielraum?

TESTIDEE #3: Anordnung der Navigationspunkte

An welcher Stelle steht Ihre weihnachtliche Menüleiste oder der Navigationspunkt „Geschenkgutscheine“ auf Ihrer Website? Zeit, diesen Punkt hervorzuheben und auf eine sichtbarere Position zu schieben, oder?

TESTIDEE #4: Call-to-Action-Buttons / Logins

Wie gestalten Sie derzeit Ihre CTA-Buttons oder die Newsletter-Anzeigen? Ist ein E-Mail-Panel zur Eintragung persönlicher Daten verständlich und direkt sichtbar?

TESTIDEE #5: Dringlichkeitsbotschaften

Wie platzieren, designen und formulieren Sie Ihre Botschaften „Bestellen Sie noch heute und erhalten Sie Ihre Lieferung garantiert bis zum 23. Dezember“ oder „Nur noch 6 Special-Weihnachtsangebote verfügbar“?

TESTIDEE #6: Liefergarantie

Wo und in welcher Form sollen Informationen wie „Garantierte Lieferung vor Weihnachten“ oder „Garantierte Lieferung bis zum 21. Dezember“ auf der Produktdetailseite stehen?

TESTIDEE #7: Retouren-Policy

Wie sollte Ihre kundenfreundliche Retouren-Policy auf der Website kommuniziert werden? Lässt sich der Text durch Formulierungen wie „Kostenlose Rückgabe bis Februar“ optimieren?

TESTIDEE #8: Kundenbewertungen & Empfehlungen

Zur Weihnachtszeit gibt es mehr vergleichende Kunden. Wie wäre es also mit einer kleinen aber feinen weihnachtlichen Veränderung in der Formulierung von vorgegebenen Bewertungsmöglichkeiten.

TESTIDEE #9: Design des Warenkorbs

Haben Sie die Erinnerung an verbliebene Artikel im Warenkorb mit einem Foto eines Mitarbeiters personalisiert? Haben Sie schon einmal die Reihenfolge von Registrierungsaufforderungen und Formularen getauscht?

TESTIDEE #10: Integration von Newsletter-Bannern bei ausverkauften Produkten

Lassen Sie Ihre Interessenten und Kunden nicht im Stich, selbst wenn die Produkte aufgrund zu hoher Nachfrage nicht mehr verfügbar sind.