

Website-Testing

Conversion Optimierung für Landing Pages und Online-Angebote

Aus dem Klappentext:

"Mehr Leads, mehr Sales, mehr Profit? Dann hilft nur noch Website-Testing und -optimierung. Erfahren Sie, mit welchen Verfahren Sie Ihre Online-Angebote auf Herz und Nieren testen können, um auch das Letzte aus dem Traffic herauszuholen. Für Online-Profis ist dieses Buch eine unentbehrliche Machete, die den Dschungel der Optimierungsverfahren und -möglichkeiten lichtet. Die Autoren zeigen, wie Klick- und Konversionsraten von Landing-Pages, Bestellprozessen und Anmeldeformularen gezielt optimiert werden und welche Testverfahren die besten sind. Erstmals werden alle gängigen Test-Ansätze in einem Buch gemeinsam vorgestellt und auf den Prüfstand gestellt. Praxisorientierte Einführungen und ausführliche Fallbeispiele erfolgreicher Unternehmen wie Neckermann, Autoscout24 bis hin zur Deutschen Post illustrieren, wie professionelle Website-Optimierung funktioniert."

Quelle: Website-Testing, Frank Reese (Hrsg.), BusinessVillage Verlag

phaydon - Beiträge und Case Studies aus dem Buch:

- Optimierung in der Konzeptphase (Daniel R. Schmeißer)
 - Besonderheiten in der Konzeptphase
 - Verfahren zur Optimierung in der Konzeptphase
 - Fazit: Von der Idee zum erfolgreichen Konzept

- Rapid Prototyping (Daniel R. Schmeißer)
 - Paper Prototyping: Entwickeln von Interaktionsabläufen
 - Usability-Tests mit Prototypen
 - Besonderheiten bei der Durchführung von Rapid Prototypings
 - Anforderungen an die Projektbeteiligten
 - Fazit: Iterativ mit Nutzerfeedback optimieren

- Fallbeispiel: Rapid Prototyping für die Deutsche Post (Daniel R. Schmeißer & Tobias Kauer)
 - Testdesign: Iteratives Prototyping in zwei Wellen
 - Optimierungsergebnisse aus den beiden Testwellen
 - Fazit: Durch iteratives Prototyping zum Erfolg

- User Experience Tests (Daniel R. Schmeißer)
 - Gegenstand des User Experience Tests
 - Vorbereitung von UX-Tests
 - Durchführung von UX-Tests
 - Ableiten von Handlungsempfehlungen
 - Fazit: Durch Full User Experience zum Erfolg



Steckbrief

- Titel des Buchs: "Website-Testing - Conversion Optimierung für Landing Pages und Online-Angebote"
- Umfang: rund 410 Seiten
- Erscheinungsdatum: Mai 2009
- ISBN 978-3-938358-96-2
- Preis:
 - Printexemplar 69,90 €
 - PDF-eBook 59,90 €

Weitergehende Informationen und Bestellmöglichkeit finden Sie direkt bei Business Village .

- Fallbeispiel: User Experience Test für neckermann-reisen.de
(Daniel R. Schmeißer & Dr. Oliver Rengelshausen)
 - Untersuchungsdesign zur Erfassung der UX
 - Ergebnisse und Optimierungsansätze
 - Fazit: Mit verbesserter User Experience zum Erfolg

- Eyetracking - mit den Augen der Nutzer sehen (Daniel R. Schmeißer)
 - Eyetracking und Web-Usability: Anwendungsbereiche
 - Blickmessung: Kennzahlen und Parameter
 - Alternativen zur Blickmessung?
 - Fazit: Eyetracking als Bestandteil von UX-Tests