

2-TAGES-SEMINAR

CONVERSION OPTIMIERUNG & USABILITY

**LERNEN SIE PRAXISNAH, WIE SIE DIE NUTZER
AUF IHRER WEBSITE BESSER LEITEN UND
GEZIELT ZU CONVERSIONS FÜHREN KÖNNEN.**

ENTDECKEN SIE, WELCHES POTENZIAL IN IHRER WEBSEITE STECKT,
WIE SIE IHRE ZIELE DURCH OPTIMIERUNGEN ERREICHEN UND SO
LEADS GENERIEREN, PRODUKTE VERKAUFEN ODER INTERKATION
AUSLÖSEN. HOLEN SIE MEHR AUS IHRER WEB-SITE ODER -SHOP!

04. UND 05. APRIL 2019

1. SEMINARTAG: 09:30-17:30 UHR

2. SEMINARTAG: 09:00-17:30 UHR



SEMINAR: CONVERSION OPTIMIERUNG & USABILITY

DER TRAINER

KAI RADANITSCH, Geschäftsführer der ebusinesslab, ist Diplom-Informatiker und eBusiness Berater. Seit über 12 Jahren berät er Unternehmen wie Red Bull, Nokia, T-Mobile und Renault in ihrer eBusiness Strategie. Nach vielen Jahren Usability im universitären und wirtschaftlichen Umfeld und praktischer Erfahrung in über 500 Webprojekten entstand das Profit Tuning Modell: ein Orientierungsraster für eBusiness Entscheider.



2-TAGES-SEMINAR

Landingpage-Optimierung: Diese Elemente steigern die Conversionrate.

Psychologie: Einsatz von Conversion-Triggern, Bildern und Design.

Usability und Kaufprozesse: So minimieren Sie die Abbruchrate.

Multivariates Testing: Finden Sie die richtigen Elemente für Ihre Tests.

SEMINARBESCHREIBUNG

CONVERSION-OPTIMIERUNG – SO VERKAUFEN SIE MEHR

Durch Conversion-Optimierung werden mehr Besucher zu zahlenden Kunden. Auf vielen Websites schlummern verdeckte Potentiale, die freigelegt werden können, um mehr Leads, Verkäufe und Buchungen zu generieren. Oft sind es kleine Veränderungen, die Großes bewirken.

CONVERSION-OPTIMIERUNG – DAS UMFASSENDE TRAINING

In diesem Seminar lernen Sie neben den Grundlagen der Benutzerführung, Usability und Layoutgestaltung auch tiefere Methoden der Verkaufspsychologie, des Storytellings und der Sitespeed-Optimierung.

UMSETZBARES PRAXIS KNOW-HOW FÜR ONLINE-MARKETER

Mit den richtigen Tools wird ein schneller Überblick über ihren aktuellen Status geschaffen. Wir sprechen über wirksame Maßnahmen zur konkreten Verbesserung Ihrer eigenen Seiten. Im Seminar werden diese Seiten für die ersten 8 Teilnehmer individuell analysiert und Optimierungspotenziale aufgedeckt. Sie nehmen also konkrete Maßnahmen zur Conversion-Optimierung Ihrer eigenen Seite aus dem Seminar mit.

SEMINARZIELE

- Sie erlangen anwendbares Wissen rund um die Landingpage-Optimierung.
- Sie lernen die Usability-Grundgesetze und deren strategische Anwendung.
- Erfahren Sie mehr über Landingpage-Typologien und deren gezielten Einsatz bei Kampagnen.
- Lernen Sie, wie Sie Conversion-Elemente zur Steigerung des ROI einsetzen können.
- Wir versetzen Sie in die Lage, mit Ihren Agenturen, Designern und Entwicklern auf Augenhöhe zu diskutieren und deren Arbeit fachmännisch zu beurteilen.

SEMINAR: CONVERSION OPTIMIERUNG & USABILITY

SEMINARINHALTE - AGENDA

GRUNDLAGEN DER CRO - WARUM KAUFEN MENSCHEN?

Erfolgreiche Websites folgen bestimmten Mustern. Ob Shop, Urlaubsbuchung oder Lead-generierung, wir Menschen folgen diesen Mustern und kaufen, buchen oder fragen an. Wie diese Muster aussehen und umgesetzt werden, erfahren Sie in dieser Einführung. Dabei steht vor allem Ihre Website im Mittelpunkt. Die theoretischen Grundlagen besprechen wir direkt an den Webseiten einzelner Teilnehmer.

Jeder Teilnehmer nimmt so wertvolle Maßnahmen zur Steigerung der individuellen Conversion-Rate mit nach Hause.

- Grundlagen der Benutzerführung, Usability & User-Experience (UX)
- Conversion-Optimierung, A/B Testing & Verkaufspsychologie
- Praxis: Erste Analyse von Teilnehmer-Websites

CONTENT-PLATZIERUNG - KERNBOTSCHAFTEN RICHTIG PLATZIEREN

Die meisten Menschen überfliegen Websites erst einmal und suchen nach Links, um weiterzuklicken. Es ist daher wichtig, die Kernbotschaften an den richtigen Stellen zu platzieren um das Verhalten der Besucher zu steuern. Wie dieses Verhalten gesteuert werden kann?

Damit beschäftigen wir uns in diesem Abschnitt.

- Leseverhalten im Web: So lesen unsere Besucher
- Words that sell: So reagiert die Zielgruppe auf bestimmte Reizwörter
- Praxisbeispiele: anhand von Teilnehmer-Websites

USABILITY-PATTERNS, DIE VERKAUFEN

Es gibt viele Maßnahmen, die zu höheren Verkäufen führen. Doch welche sind passend und führen bei der anvisierten Zielgruppe auch tatsächlich zum Erfolg?

- Psychotricks: Diese Muster verkaufen besser
- Frames and Biases: Was in unserem Gehirn abläuft
- Tools & Vorlagen: Diese Muster funktionieren auf fast jeder Website

SITESPEED-TUNING ZUR BESSEREN ORIENTIERUNG DER USER

Der Mensch nimmt 80% seiner Umgebung über das Auge auf. Das ist auch auf Websites so. Wenn sich Besucher besser orientieren können und die Seite schnell lädt, dann steigt das Vertrauen in den Anbieter. Informationen, Inhalte und Argumente können so besser vermittelt werden. Das führt zu höheren Conversion-Rates - zu mehr Verkäufen, Leads, Buchungen und Anfragen.

- Sitespeed-Tuning: So wird Ihre Website richtig schnell
- Layout an den Verkaufs- und Kommunikationsprozess anpassen, um mehr zu verkaufen
- Praxis: Review und Optimierung einzelner Teilnehmer-Websites

DESIGN UND USABILITY - TAKTIKEN DER KOMMUNIKATIONSPSYCHOLOGIE EINSETZEN

Nun geht es darum, die Grundlagen designtechnisch umzusetzen. Sie erfahren, wie Sie die Arbeit Ihrer Agentur, Designer und Entwickler überprüfen können, um höhere Conversion-Rates zu erlangen.

- Checkliste Beratungsqualität: So wird der Verkaufsprozess strategisch umgesetzt
- Layout & Interfacedesign: Benutzer leiten und Kernbotschaften vermitteln
- Landingpage-Optimierung: Vorlagen, Muster und Best Practices

SEMINAR: CONVERSION OPTIMIERUNG & USABILITY

CONTENT-MARKETING - INHALTE OPTIMIEREN UND CONVERSIONS STEIGERN

Content Marketing ist das Buzzword der vergangenen Jahre. Doch wie sind die Inhalte auf Landingpages, Homepages und Produktdetailseiten einzusetzen, sodass die Besucher auch tatsächlich konvertieren?

- Best Practices: Inhalte optimieren
- Storytelling: Wie Sie Besucher miteinbeziehen
- Copywriting: Besucher passgenau ansprechen
- Bilder optimieren: So nutzen Sie den Mona-Lisa-Effekt

A/B-TESTING - TECHNIKEN, PROZESSE UND TOOLS

Durch A/B-Testing können schnell Erkenntnisse zur Verbesserung erlangt werden. Doch wie muss ein Test gestaltet sein, dass er auch den gewünschten Effekt erzielt? Dazu müssen vorab Grundlagen auf höherem Niveau geschaffen werden.

- Fortgeschrittene Techniken: Die Decoy-Effekte
- A/B-Tests aufsetzen: Fehler vermeiden und belastbare Ergebnisse erzielen
- Formulare und Checkoutprozesse: Besucher mit sanfter Hand leiten
- Tools zur Conversion-Optimierung: Werkzeuge für Einsteiger und Profis

MOBILE CONVERSION-OPTIMIERUNG

Der Anteil an mobilen Zugriffen auf jeder Website nimmt stetig zu. Welche Möglichkeiten der Conversion-Optimierung auf mobilen Seiten gegeben sind und wie das durch Web Analytics gemessen werden kann, besprechen wir in diesem Themenblock.

- Web-Analytics und Conversion-Optimierung
- Mobile Design: Responsive-Design, Adaptive-Design oder doch etwas Anderes?
- Praxis: Review einiger Teilnehmer-Seiten und offenlegen von Optimierungspotenzialen

METHODIK

INTERAKTIVER VORTRAG

In dem Seminar werden Sie mit Ihren individuellen Erwartungen an das Seminar und Ihren jeweiligen Online-Projekten selbstverständlich miteinbezogen. Fragen können jederzeit gestellt werden. Regelmäßige Feedback-Runden unterstreichen den interaktiven Seminarcharakter.

VIELSEITIGER MEDIENEINSATZ

Um die bestmögliche Aufmerksamkeit zu erreichen, wird mit anschaulichen Power-Point-Präsentationen, Live-Beispielen im Internet, Flipchart und Pinnwand gearbeitet – für ein abwechslungsreiches Seminar – mit Inhalten, die „haften“ bleiben.

MAXIMALER PRAXISBEZUG UND ARBEIT AN DEN UNTERNEHMENSWEBSEITEN

Live-Beispiele aus der Praxis sowie die Beispiel-Projekte einiger Teilnehmer garantieren den maximalen Praxisbezug und bilden eine professionelle Grundlage für die praktische Umsetzung der individuellen Unternehmensziele jedes Teilnehmers.

TIPPS, TOOLS UND SEMINARUNTERLAGEN

Anhand von Live-Demonstrationen ausgewählter Tools, Portale und Netzwerke lernen Sie nützliche Werkzeuge kennen und erhalten wertvolle Tipps und Tricks, die Sie in Ihrer täglichen Arbeit aktiv unterstützen. Ausführliche, seminarbegleitende Unterlagen und Checklisten dienen als umfassendes Nachschlagewerk am Arbeitsplatz – auch noch lange nach Ihrem Seminarbesuch.

SEMINAR: CONVERSION OPTIMIERUNG & USABILITY

TEILNEHMER

Unser Seminar eignet sich erfahrungsgemäß sehr gut für alle Mitarbeiter aus Unternehmen und Agenturen, für die die Optimierung Ihrer Online-Marketing-Kampagnen durch eine verbesserte Usability ein wichtiger oder sogar der wesentliche Bestandteil ihrer täglichen Arbeit ist. Das Training ist geeignet für Fortgeschrittene, aber auch Einsteiger zu den Themen Usability und Conversion-Optimierung.

Marketing-Manager

Online-Marketing-Manager

Performance-Marketing-Manager

E-Commerce-Manager

Manager Web-Analytics und Web-Controlling

Manager Website-Usability

Conversion-Manager

KOSTEN

Die Teilnahmegebühr für beide Tage beträgt pro Teilnehmer **980 Euro zzgl. MwSt.*** Im Preis inbegriffen sind ein Mittagessen, diverse Snacks und Erfrischungsgetränke sowie ausführliche Seminarunterlagen.

Für den optimalen Lernerfolg ist die Teilnehmerzahl auf 12 begrenzt. Die ersten 8 Anmeldungen erhalten die Möglichkeit, ihre Website als Unterrichtsmaterial analysieren zu lassen und erhalten somit individuelles Optimierungspotenzial.

Alle Teilnehmer erhalten ein persönliches Teilnehmerzertifikat, in dem Inhalte, Ort und Datum des Seminars dokumentiert sind. Das Zertifikat wird von dem Trainer unterschrieben.

*Das gleiche Seminar kostet bei www.121watt.de 1.295 Euro zzgl. MwSt.

BITTE AUSFÜLLEN UND AN 0681 9582626 FAXEN ODER
EINSCANNEN UND AN hello@siebengradost.de SENDEN

JA, ICH MELDE MICH HIERMIT VERBINDLICH ZUM 2-TAGES-
SEMINAR **CONVERSION OPTIMIERUNG & USABILITY**
AM 04. + 05. APRIL 2019 IN DEN RÄUMLICHKEITEN VON
7°OST GMBH AN.

ANMELDEBEDINGUNGEN

Die Teilnahmegebühr für das Seminar „Conversion Optimierung & Usability“ beträgt **980,00 Euro** (das sind 1.166,20 Euro inkl. MwSt.). Im Preis inbegriffen sind je ein Mittagessen, diverse Snacks und Erfrischungsgetränke sowie ausführliche Seminarunterlagen. Eine Anfahrt erfolgt auf eigene Kosten. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Die Rechnung ist innerhalb von 14 Tagen zu begleichen. Eine Stornierung ist leider nicht möglich! Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Bei Absage der Veranstaltungen durch die 7°OST GmbH infolge nicht beeinflussbarer Gründe bzw. höherer Gewalt, wird der volle Teilnahmebeitrag erstattet. Weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen.

Vorname, Name

Firma

Straße

PLZ/Ort

Telefon

E-Mail

Ort, Datum, Unterschrift