

## 5 häufige Fehler, die der Conversion Rate deiner Webseite schaden

### Wir zeigen, wie du deine Conversion Rate verbesserst

Inhabern eines Onlineshops oder eines anderen Unternehmens sollte die Bedeutung einer guten Conversion Rate längst nicht mehr unbekannt sein. Dennoch passieren Webseitbetreibern oft Fehler, die die Conversion Rate in den Keller treiben. Wir verraten, welche Schnitzer ihr euch ersparen solltet:



### 1. Alleinstellungsmerkmale der Seite sind unklar

Oftmals wird dem Nutzer auf einer Seite nicht klar gemacht, warum er ausgerechnet in *diesem* Shop

kaufen oder *diesen* Anbieter wählen soll, anstelle eines Konkurrenten. Dabei sind Alleinstellungsmerkmale (USPs) gerade im Netz, wo ständig neue Plattformen, Start-ups und Dienstleister an den Start gehen, immens wichtig. Diese sollten also an prägnanten Stellen auf der Webseite präsentiert werden. Wichtig ist auch, dass es sich dabei um tatsächliche Alleinstellungsmerkmale handelt: „Zuverlässige Lieferung“ oder „Große Produktauswahl“ gehören heute zum Standard und reißen keinen Nutzer mehr vom Hocker.

## 2. Dem Nutzer wird kein Vertrauen vermittelt



Bevor ein Nutzer auf deiner Webseite etwas kauft, sich registriert oder Kontakt aufnimmt, muss er der Seite vertrauen. Häufig wird jedoch zu wenig darauf geachtet, vertrauensfördernde Elemente auf der Webseite einzubinden. Dies können unter anderem Gütesiegel oder Kundenrezensionen sein. Hier sollte jedoch nicht zu erfundenen Siegeln oder Fake-Bewertungen gegriffen werden. Auch Bilder, zum Beispiel von den Produkten oder vom Herstellungsprozess, vermitteln Vertrauen und Authentizität.

### **3. Die Such-Intention der Nutzer wird nicht beachtet**

Menschen nutzen Suchmaschinen, um ganz konkrete Lösungen für ihre Probleme oder Antworten auf ihre Fragen zu finden. Google & Co machen es sich zum Ziel, zu diesen Nutzerwünschen die bestmöglichen Inhalte zu präsentieren. Findet der Nutzer auf deiner Seite nicht die Lösung für sein konkretes Anliegen, wird er diese schnell wieder verlassen und zu einem anderen Suchergebnis wechseln. Daher sollte stets versucht werden, für die eigenen Produkte/Dienstleistungen aus Nutzersicht zu denken („Welches Problem kann ich mit diesem Produkt lösen?“) und dem Nutzer relevante und hilfreiche Inhalte zu liefern.

### **4. Das Design wirkt unprofessionell**

Auch die besten Inhalte können ungeschaut bleiben, wenn das Design der Webseite amateurhaft wirkt. Selbst bei grundlegenden Punkten passieren hier immer wieder Fehler: schlecht lesbare Schriftarten werden verwendet, Rechtschreib- und Grammatikfehler tummeln sich auf der Seite oder die Navigation ist schlecht strukturiert. Alle diese Punkte vergraulen Nutzer und sorgen für Misstrauen. Stattdessen sollte die Identität des Unternehmens in einem klaren und übersichtlichen Design präsentiert werden.



Schlechtes Design schreckt ab und kann bei Besuchern sogar zu Verwirrung führen.

## 5. Mobile Nutzer werden ignoriert

Trotz [Mobile-First-Ansatz](#) bei Google und steigenden Nutzerzahlen: viele Unternehmen hinken bei der mobilen Nutzerfreundlichkeit ihrer Seiten noch hinterher. Dabei sollte das Nutzererlebnis auf allen Kanälen möglichst optimal gestaltet werden. Für mobile Geräte gilt: Weniger ist mehr. Schlanke Menüs und übersichtliche Textpassagen sollen es dem Besucher am kleineren Display leicht machen, Inhalte schnell zu erfassen.

Titelbild © artinspiring / Fotolia



Bild © pico / Fotolia

Bild © Antonioguillen / Fotolia

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG  
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor  
Telefon 08031 / 2575-100  
Telefax 08031 / 2575-101  
E-Mail: [info@seo-kueche.de](mailto:info@seo-kueche.de)

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,  
HRA 11167 AG Traunstein  
pers. Haftende Gesellschafterin:  
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB  
22414 AG Traunstein  
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,  
Oliver Lindner  
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.  
156/174/08500

HypoVereinsbank  
IBAN DE45 700202700015260147  
BIC HYVEDEMMXXX