

Abstract: Fachbericht von netz98 zu Quick Wins (ca. 2.410 Zeichen)

Quick Wins – kleine Optimierungen mit großer Wirkung

Das Internet ist ein sehr schnelllebiges Medium. Gestaltung und Technik einer Website wirken nach einem vergleichsweise kurzen Zeitraum nicht mehr zeitgemäß. Gerade E-Commerce-Anbieter können ihren Online-Shop aber nicht alle zwei Jahre grundlegend relaunchen. Dabei entstehen viel zu hohe Kosten und Aufwände. Denn die komplette Überarbeitung eines Online-Shops dauert einige Monate, will man ein optimales Ergebnis erzielen. Aber es gibt Alternativen: die sogenannten Quick Wins. Bei den Quick Wins handelt es sich um kleine Optimierungen in den Bereichen Design, Usability, Strategie oder Suchmaschinen-Optimierung, die auch ineinander übergreifen. Sie werden mit wenig Aufwand im Rahmen eines bestehenden Systems und auf Basis der vorhandenen Templates umgesetzt. In puncto Design können das beispielsweise Farbanpassungen sein oder eine optische Veränderung der Navigation. Im Bereich Usability gehören die Überarbeitung von Artikel-Detailseiten oder auch die Optimierung des Check-out-Prozesses zu den Quick Wins. Ein weiteres Beispiel ist die Überarbeitung des Seiteneinstiegs und der Kundenansprache – etwa das Ersetzen eines langen Einstiegstextes durch ein emotionales Key Visual.

Welche Quick Wins für einen Shop-Betreiber den größten Nutzen bringen, hängt natürlich von der Zielstellung ab. Vor der Optimierung steht deswegen die Analysephase. Auf Basis einer Ist-Analyse und unter Einbeziehung von Web-Controlling Daten sollten konkrete Ziele festgelegt werden. Nur wenn man seine Zielgruppe kennt und genau definiert, was man erreichen bzw. verbessern will, lassen sich die Quick Wins aussuchen, mit denen diese Ziele am effektivsten realisiert werden. So kann beispielsweise die Integration von neuen, modernen Produkteinstiegen wie Slider oder Videos – im Zusammenspiel mit anderen Quick Wins – dabei helfen, Umsatzpotenziale besser auszuschöpfen. Auch im Anschluss an die Optimierung muss die Zielerreichung kontinuierlich überprüft werden, gegebenenfalls gilt es, weitere Optimierungsmaßnahmen zu ergreifen. Die Vorteile der Quick Wins liegen auf der Hand: Sie lassen sich mit überschaubarem Aufwand und moderaten Kosten erzielen, weil die vorhandene Shop-Struktur unangetastet bleibt. Und weil der technische Aufwand eher gering ist, lassen sie sich schnell umsetzen. Quick Wins halten, was sie versprechen: kleine Optimierung – große Wirkung.

Den kompletten Bericht sowie weiteres Bildmaterial können Sie gerne anfordern unter info@moeller-horcher.de.