

Das Lexikon zum Conversionzauber

Absprungrate

Die [Absprungrate](#) (auch [Bounce Rate](#) genannt) gibt an, wie viele Besucher eine Website besuchen und diese ohne Interaktion wieder verlassen, also nach dem Besuch nur eine Seite der Website ansehen. Die Absprungrate kann mithilfe des Conversionzaubers positiv beeinflusst werden, indem die Besucher verführt werden, länger auf der Website zu verweilen.

Backlinks

Backlinks gehören zu den Klassikern unter den Conversionzauber-Maßnahmen. Eine Seite wird von Google als vertrauenswürdig eingestuft, sobald andere Seiten darauf verlinken. Aber Vorsicht: Da es in der Vergangenheit bei den Rückverweisen immer wieder zu Missbrauch kam, darf auch hier nur mit vertrauenswürdigen Links gearbeitet werden. Gekaufte Links müssen immer als solche gekennzeichnet werden.

Button

Ein [Button](#) im Webdesign ist eine grafische Schaltfläche, die meistens anklickbar ist und dazu dient, eine Aktion auszulösen. Darum sind sie für den Conversionzauber von großer Bedeutung. Buttons können in verschiedenen Größen, Farben und Formen gezaubert werden und werden oft verwendet, um den Nutzer aufgefordert, eine bestimmte Aktion auszuführen, wie zum Beispiel "Kaufen", "Registrieren", "Anmelden", "Weiter" oder "Zurück".

Call-To-Action

Ein Call-To-Action, kurz CTA genannt, ist eine Handlungsaufforderung, die darauf abzielt, den Nutzer einer Webseite oder einer anderen Marketing-Maßnahme zu einer bestimmten Aktion zu bewegen. Ein CTA kann beispielsweise die Aufforderung zum Kauf eines Produkts, zur Anmeldung für einen Newsletter oder zur Kontaktaufnahme mit einem Unternehmen sein. Es soll dem Nutzer klar und deutlich vermittelt werden, was von ihm erwartet wird und wie er die gewünschte Aktion ausführen kann. Ein gut gestalteter CTA kann dazu beitragen, den perfekten Conversionzauber zu entfachen.

Conversions

Conversions sind Aktionen, die ein Besucher auf einer Website ausführt, welche das vordefinierte Ziel des Website-Betreibers erfüllen. Dies kann beispielsweise ein Kauf, ein Download, eine Registrierung oder eine Anmeldung zu einem Newsletter sein. Die Conversion-Rate ist ein wichtiger Faktor im Online-Marketing, da sie Aufschluss darüber gibt, wie effektiv eine Website oder eine bestimmte Marketing-Kampagne ist, um den Conversionzauber entstehen zu lassen.

Customer Journey

Die [Customer Journey](#) beschreibt den Weg, den ein Kunde zurücklegt, um ein Produkt oder eine Dienstleistung zu erwerben. Die Phasen sind in der Regel: Bewusstsein, Interesse, Entscheidung und Handlung, manchmal auch Nachkaufverhalten genannt. In jeder Phase hat der Kunde unterschiedliche Bedürfnisse und Fragen, die es zu erfüllen gilt, um den Conversionzauber erfolgreich und langfristig entstehen zu lassen.

Enthüllungsshow

Eine Enthüllungsshow ist eine Art von Show oder Performance, die sich darauf konzentriert, etwas Geheimes oder Verborgenes aufzudecken oder zu enthüllen. Sie haben oft eine dramatische oder aufregende Inszenierung und dienen dazu, das Publikum zu faszinieren und zu informieren. Unsere Enthüllungsshow dreht sich rund um das Geheimnis des Conversionzaubers.

Google

Google bietet verschiedene Tools und Dienste, die Unternehmen dabei unterstützen, ihren Conversionzauber zu verbessern. Beispiele hierfür sind: Google Analytics, Google Ads, Google Search Console oder [Google Tag Manager](#).

KPIs

KPI steht für Key Performance Indicator, auf Deutsch: Leistungsindikator. KPIs sind Messgrößen, mit denen der Erfolg einer bestimmten Aktivität oder eines Prozesses gemessen werden kann. Im Bereich der Conversions sind KPIs Kennzahlen, die den Deines Conversionzaubers messen. Beispiele für KPIs ist die Conversion-Rate, die Seitenaufrufe, die Absprungraten oder die Besuchszeit.

Nutzererfahrung

Die Nutzererfahrung, oft abgekürzt als [UX](#) (User Experience), bezieht sich auf die Gesamtheit der Emotionen, Eindrücke und Interaktionen, die ein Benutzer erlebt, wenn er vom Conversionzauber verzaubert wird.

Remarketing-Tag

Ein Remarketing-Tag ist ein Code-Snippet oder Tracking-Element, das in eine Website oder App eingebettet wird, um das Remarketing zu ermöglichen. Remarketing ist eine Conversionzauber-Strategie, bei der gezielte Werbung an Nutzer ausgespielt wird, die zuvor die Website oder App besucht haben.

SEO-Contest

Der SEO-Contest wird jedes Jahr ausgetragen. Dabei wird zum Conteststart ein Keyword bekannt gegeben. Teilnehmer haben dann vier Wochen Zeit, ihre Webseite auf das Keyword zu optimieren. Ziel ist es, möglichst weit oben in den Google-suchen angezeigt zu werden. Dieses Jahr ist das Keyword: Conversionzauber.

UX-Best-Practices

UX-Best-Practices (User Experience Best Practices) sind bewährte Methoden und Richtlinien, die darauf abzielen, die Benutzererfahrung auf Websites, Apps oder anderen digitalen Produkten zu verbessern und den Conversionzauber zu optimieren.

Verwandlung

Verwandlung bezieht sich auf den Prozess, bei dem sich etwas von einer Form, einem Zustand oder einer Eigenschaft in eine andere verändert. Es ist eine grundlegende Idee, die in verschiedenen Kontexten und Bereichen auftreten kann, sei es in der Natur, in der Literatur, in der Technologie oder sogar in der Magie. In unserem Fall geht es beim Conversionzauber um die Verwandlung von Besuchern in Kunden.

Verweildauer

Die [Verweildauer](#) bezeichnet die Zeitdauer, die ein Besucher auf einer Website verbringt, bevor er sie verlässt. Die Verweildauer kann je nach Website und Inhalt variieren und hängt auch von der Stärke des Conversionzaubers ab. Eine hohe Verweildauer kann ein Indikator für eine positive Nutzererfahrung sein, während eine niedrige Verweildauer auf Probleme mit der Website oder dem Inhalt hindeuten kann.

Zauberkünste

Im Conversionzauber beziehen sich die Zauberkünste auf die spezifischen Techniken und Fähigkeiten, die ein Conversionzauberer einsetzt, um potenzielle Kunden zu beeinflussen und sie zu einer gewünschten Handlung zu bewegen. Diese Zauberkünste kombinieren Elemente aus der Psychologie, der Kommunikation und dem Marketing, um eine überzeugende und effektive Botschaft zu vermitteln.

Zauberspruch

In diesem Kontext wird der Begriff "Zauberspruch" nicht wörtlich verwendet, sondern als Metapher für eine Methode oder Strategie, die bei der Erzeugung des Conversionzaubers hilfreich sein kann. Ein Zauberspruch soll in diesem Fall also eine Methode oder Strategie bezeichnen, die sich als effektiv erwiesen hat, um Besucher zu überzeugen, eine bestimmte Handlung auszuführen, wie beispielsweise einen Kauf zu tätigen oder sich für einen Newsletter anzumelden.