

# SilverTours erhöhte Conversion-Raten durch verbesserte Handlungsaufforderungen um 2,78 Prozent



“Unser Test hat gezeigt, dass in unserem Kaufvorgang Schaltflächen zur Handlungsaufforderung eine deutlich höhere Leistung als Textlinks erzielen”

Melvin Tröscher,  
Online Marketing Manager  
der SilverTours GmbH

Auf ihrer Website billiger-mietwagen.de bietet die SilverTours GmbH weltweit Autovermietungsservices an, die direkt auf der Website gebucht werden können. In den letzten Jahren hat die Website mehrere Auszeichnungen für ihre Preisvergleiche und den Kundendienst erhalten.

## billiger-mietwagen.de hat verbesserte Handlungsaufforderungen im Ziel-Conversion-Trichter getestet

Mit Google Analytics hat das Unternehmen einen Zieltrichter eingerichtet, in dem die Schritte festgelegt sind, die ein Besucher zum Mieten eines Autos ausführen muss. Nachdem ein Besucher ein Vermietungsangebot aus den Suchergebnissen ausgewählt hat, führen vier Schritte zur endgültigen Buchung. Zuerst kann ein Ort für die Abholung und die Rückgabe ausgewählt werden. Im zweiten Schritt können dem Angebot Extras hinzugefügt werden. Im dritten Schritt muss das Buchungsformular ausgefüllt werden und schließlich wird die Buchung geprüft und bestätigt.

Unten auf der Seite wird Besuchern bei jedem Schritt die Option angezeigt, weiter zum nächsten Schritt oder zurück zum vorherigen Schritt zu gehen. Ursprünglich wurden diese Optionen in Form von Textlinks dargestellt. Da das Unternehmen ständig nach Wegen sucht, seine Conversion-Rate zu verbessern (und beim Buchungsvorgang kann damit gut begonnen werden), wurde entschieden, zu testen, ob das Ersetzen des zum nächsten Schritt weisenden Textlinks durch eine Schaltfläche einen positiven Effekt hat.

Die Grafikdesignabteilung bei billiger-mietwagen.de erstellte vier Schaltflächen (eine für jeden Schritt) mit demselben Text, der für die seitenspezifischen vorwärts weisenden Links verwendet wurde. Mit dem Website-Optimierungstool wurde die Leistung dieser Schaltflächen im Vergleich zu den ursprünglichen Textlinks getestet. Mit dem Website-Optimierungstool wurde sichergestellt, dass Besucher, die im ersten Schritt eine Schaltfläche statt eines Textlinks sehen, auch in den folgenden Schritten eine Schaltfläche sehen.

### Ursprünglicher Textlink

Station auswählen >> Mietwagenbuchung: Auswahl der Abhol- und Rückgabe-Station  
Beachten Sie bitte, dass sich der Preis von 175,88 EUR ändern kann, wenn Sie eine andere als die bereits vorselektierte Abhol-Station auswählen. In diesem Fall wird der neue Preis auf der nächsten Seite dargestellt.

**Anmietung**  
Land/Region/Stadt: Deutschland, Hamburg  
Datum: 02.04.2009  
Abholstation: Hamburg Fuhlsbüttel Airport --- Desk In Terminal - 175,88 EUR  
Uhrzeit: 12 00

**Rückgabe**  
Land/Region/Stadt: Deutschland, Hamburg  
Datum: 09.04.2009  
Rückgabestation: Hamburg Fuhlsbüttel Airport --- Desk In Terminal  
Uhrzeit: 09 00

<< zurück zu den Suchergebnissen weiter zu den Extras >>

### Schaltfläche zur Handlungsaufforderung

Station auswählen >> Mietwagenbuchung: Auswahl der Abhol- und Rückgabe-Station  
Beachten Sie bitte, dass sich der Preis von 175,88 EUR ändern kann, wenn Sie eine andere als die bereits vorselektierte Abhol-Station auswählen. In diesem Fall wird der neue Preis auf der nächsten Seite dargestellt.

**Anmietung**  
Land/Region/Stadt: Deutschland, Hamburg  
Datum: 02.04.2009  
Abholstation: Hamburg Fuhlsbüttel Airport --- Desk In Terminal - 175,88 EUR  
Uhrzeit: 12 00

**Rückgabe**  
Land/Region/Stadt: Deutschland, Hamburg  
Datum: 09.04.2009  
Rückgabestation: Hamburg Fuhlsbüttel Airport --- Desk In Terminal  
Uhrzeit: 09 00

<< zurück zu den Suchergebnissen **weiter zu den Extras** >>

---

## Über A/B-Tests

A/B-Tests ermöglichen Ihnen den Vergleich der Leistung einer Originalseite Ihrer Website mit einer oder mehreren alternativen Seiten, um festzustellen, welche Seite die beste Leistung für Ihr Unternehmen erzielt

---

### Schaltflächen erhöhen die Conversion-Rate um 2,78 Prozent im Vergleich zu Textlinks

Während des Testzeitraums hat das Unternehmen regelmäßig den Testbericht des Website-Optimierungstools überwacht und konnte folgende Aufgaben ausführen:

1. Feststellen, wie häufig die ursprünglichen Textlinks und die neuen Schaltflächen Besuchern angezeigt wurden
2. Aufzeichnen der Anzahl an Conversions für beide Versionen
3. Vergleichen der Conversion-Raten der beiden Versionen

Nach zwei Wochen hatte der Test das vom Unternehmen erhoffte positive Ergebnis geliefert. Im Vergleich zu den ursprünglichen Textlinks haben die Schaltflächen die Conversion-Rate von billiger-mietwagen.de um **2,78 Prozent** gesteigert.

### Verwenden klarer Handlungsaufforderungen im gesamten Kaufvorgang

Durch das Ersetzen der vorwärts weisenden Textlinks durch Schaltflächen wurden auf billiger-mietwagen.de klarere Handlungsaufforderungen auf allen Seiten im Bestellvorgang erstellt. Klare Handlungsaufforderungen erleichtern das Weiterleiten von Besuchern in den Conversion-Trichter und verbessern dessen Abschlussrate.

### Was sollten Sie als Nächstes tun?

Suchen Sie Methoden, um den Prozentsatz der Besucher zu reduzieren, die den Buchungsvorgang abbrechen. Stellen Sie als ersten Schritt sicher, dass Ihre wichtigsten Handlungsaufforderungen deutlich sichtbare Schaltflächen sind, die die Besucher zum nächsten Schritt im Kaufvorgang führen. Testen Sie verschiedene Optionen mithilfe eines Tools wie dem Website-Optimierungstool.

