

Wijzigingen in de indeling van product categorieën heeft voor 56% meer klikken op 'Toevoegen aan winkelmandje' gezorgd voor Branch 309



'Website Optimizer is gratis, eenvoudig in gebruik en helpt me snel tests op te zetten waarmee ik het aantal conversies op onze site kan verhogen.'

Patrick Timmons, web-ontwikkelaar Branch 309

Branch 309 is een online verkoper die naar eigen zeggen *schoenen van grote merken verkoopt voor kleine prijzen*. De website, Branch309.co.uk, ontvangt meer dan 58.000 unieke bezoekers¹ per maand. De online strategie van het team is dat ze de wijzigingen die ze aanbrengen, baseren op de voorkeuren van hun klanten. Het testen en analyseren van de website biedt hen objectieve gegevens over wat hun klanten aanspreekt. Dit helpt het team te beslissen welke wijzigingen ze moeten aanbrengen.

De indeling van de productcategorieën testen

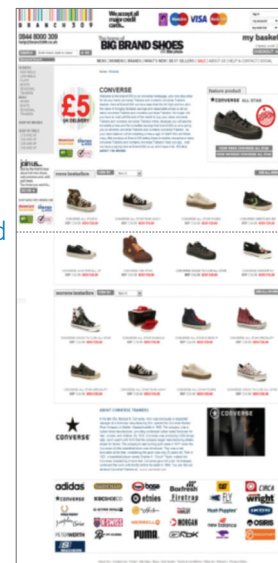
Toen hij op zoek was naar manieren waarop hij de conversie-percentages van een productreeks van een belangrijk schoenenmerk kon verhogen, besloot Patrick Timmons (web-ontwikkelaar van Branch 309) om de indeling van de pagina met deze productcategorie te testen. Hij ontwikkelde drie varianten van de oorspronkelijke pagina. Hierbij bracht hij wijzigingen aan in de indeling van producten, de locatie van de merkbeschrijving en gebruikte hij verschillende afbeeldingen en logo's. De test werd uitgevoerd als A/B-experiment² via het testplatform Website Optimizer.

Origineel



Vouw/Fold

Variant 1



Vouw/Fold

Ontwerppunten

Schoenen voor hem en haar naast elkaar weergegeven

- Merkbeschrijving bovenaan
- 8 producten boven de vouw met één aanbevolen product

Ontwerppunten

Schoenen voor hem en haar onder elkaar

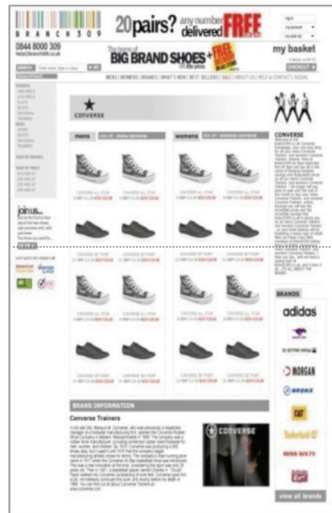
- Merkbeschrijving bovenaan
- 4 producten boven de vouw met één aanbevolen product

Over Website Optimizer

Website Optimizer is een gratis hulpprogramma waarmee u kunt testen welke inhoudsvarianten het best werken voor uw website.

Ga voor meer informatie naar www.google.nl/websiteoptimizer

Variant 2



Vouw/
Fold

Variant 3



Vouw/
Fold

Schoenen voor hem en haar naast elkaar weergegeven

- Merkbekrijving aan de rechterkant
- 8 producten boven de vouw
- Kopafbeelding van het merk

Schoenen voor hem en haar naast elkaar weergegeven

- Merkbekrijving aan de linkerkant
- 8 productenboven de vouw
- Kopafbeelding van het merk

56% meer activiteit bij 'Toevoegen aan winkelmandje'

De test leverde al snel resultaten op: alle drie de varianten hadden beter gepresteerd dan de originele pagina. Variant 3 liet de grootste verbetering zien: een stijging van 56% in het aantal klikken op 'Toevoegen aan winkelmandje' in vergelijking met het origineel. Variant 2 behaalde 43% meer klikken en variant 1 behaalde 14% meer klikken.

Uw site optimaliseren op basis van aangetoonde resultaten

'De resultaten van het A/B-experiment waren fantastisch. We gaan meer tests uitvoeren om de rest van onze site vorm te geven', concludeert Timmons. Het is belangrijk om in te zien dat klanten op verschillende manieren omgaan met verschillende websites. De beste manier om uw site te optimaliseren en om van meer bezoekers klanten te maken, is om uw site voortdurend te testen en te verbeteren.

Wat kunt u nu het beste doen?

Stel eerst vast welke gedeelten van uw site u wilt testen. Dit kunt u doen door een eenvoudige bruikbaarheidsanalyse te maken van uw site, of door gebruik te maken van de concrete gegevens die u via webanalyse genereert. Ontwerp varianten van uw oorspronkelijke pagina en vergelijk de nieuwe varianten met het origineel via een testplatform zoals Google Website Optimizer.

1. Bron: Nielsen Netratings, December 2008.

2. A/B experiment: met A/B-tests kunt u de prestaties van de oorspronkelijke versie van een pagina vergelijken met een of meer andere paginavarianten.