



## SCHNELLCHECK:

### „KONVERSIONSOPTIMIERTE WEBSITE“

Liebe Systemzentralen,

ergänzend zu den Videos im „Universum der Online-Partnergewinnung“ fasse ich in diesem Dokument noch einmal für euch die **wichtigsten Stellschrauben für eine „konversionsoptimierte Website“** zusammen und nehme noch ein paar Ergänzungen vor.

**Worauf haben wir bei der Konzeption des neuen FranchisePORTAL-Auftritts besonders geachtet und inwiefern könnt ihr dahingehend eure eigene Website zur Partnergewinnung prüfen?**



Denkt genau über den Bereich **„Above-the-Fold“** nach, der erste Eindruck zählt! Auf der Website ist dies der Bereich, der ohne zu scrollen sichtbar ist. Je nach Endgerät ist dieser unterschiedlich groß. Hier sollten aus der Perspektive des Users die wichtigsten Punkte stehen, die ihn dazu verleiten, aus Neugier runter zu scrollen, um mehr zu erfahren.

Prüft die **mobile Ansicht** und natürlich auch **mobile Funktionsfähigkeit eurer Website!** Insbesondere in Bezug auf Videos und Anfrageformular. Der automatische Umbruch von Elementen bei kleinerem Display (Responsive Design) ist eine Möglichkeit, die mobile Funktionsfähigkeit sicher zu stellen.

Stellt die für den Website-Besucher relevantesten Infos nicht nur als Text sondern unbedingt auch im **Videoformat** zur Verfügung! Lange Texte werden nicht mehr gelesen – erst recht nicht am Smartphone – und außerdem ist dies die Gelegenheit, Emotionen und Sehnsüchte gleich mitzutransportieren!

Sorgt für einen klaren **„Call-To-Action“**, was konkret der User als nächstes tun soll. Ein guter „Call-To-Action“ ist eine eindeutige Handlungsaufforderung, die dem User sagt, was er tun soll und was sein Nutzen ist, wenn er es tut. Der Call-To-Action sollte mehrfach auf einer Seite vorkommen, jedoch an allen Stellen auf dieselbe Aktion hinführen. Führen mehrere Handlungsaufforderungen in unterschiedliche Richtungen, wird der User im Zweifelsfall gar nichts davon tun.

Sorge für **Emotionen auf der Website**. Entscheidungen werden nicht durch Fakten getroffen, sondern durch Emotionen. Hier helfen Bilder, Videos und gutes Storytelling.

Schafft **Vertrauen durch Persönlichkeit und Nähe!** Zeigt dem User, mit wem er es zu tun haben wird, und dass auch bei euch alle nur Menschen sind. Hier helfen nette Portraitfotos, ganz besonders die persönliche Videobotschaft an den Website-Besucher, Zitate mit Fotos der Zitatgeber und persönlich geprägte Aussagen. Je menschlicher, desto mehr Vertrauen kann aufgebaut werden.

Auf je mehr **Felder ihr im Kontaktformular verzichten** könnt, desto geringer wird die Abbruchquote sein! Dies gilt für Websitebesucher am normalen Computerbildschirm und noch viel mehr für Benutzer mobiler Endgeräte!

Führt dem User die nächsten Schritte über den Call-To-Action hinaus vor Augen und vergesst auf gar keinen Fall seinen Nutzen zu verdeutlichen! Wie wird sich sein Leben positiv verändern, nachdem er zu euch Kontakt aufnimmt? Im Ergebnis sollte eure Website besser „konvertieren“. In unserem Fall zielen wir auf bessere und mehr Anfragen ab, u.a. durch eine bessere Ansprache der mobilen Nutzer und den Einsatz von Videos. Kombiniert mit einer klaren wiederholten Handlungsaufforderung und der stärkeren Präsenz der persönlichen Ansprechpartner sowie von Franchisenehmern, die den Schritt in die Selbstständigkeit erfolgreich geschafft haben.

#### **i TIPP:**

Ein ganz wesentliches Element ist der neue 60-Sekunden-Trailer im Bereich „above the fold“. Als Kunde des FranchisePORTAL könnt ihr ein solches Video kostenfrei von uns erhalten und sogar über den Zeitraum Eurer Messestandbuchung hinaus in Eure Website einbinden. Mehr Infos hier: <http://franchise-shop.de/60-sekunden-trailer/>

**Viel Erfolg!**

**Euer Steffen**