



2-Tages-Seminar:

Usability- und Conversion-Optimierung – maximale Usability für Ihren Online- Auftritt

Erfahren Sie in nur 2 Tagen, wie Sie durch gezielte Optimierung User auf Ihrer Webseite oder Landing Page zu der von Ihnen gewünschten Handlung bewegen.

Seminarbeschreibung

Wie gut finden sich User auf Ihrer Webseite zurecht? Entspricht Ihr Online-Angebot den Erwartungen Ihrer Zielgruppe? Welches Potenzial birgt Ihre Webseite? Wie können Sie möglicherweise ungenutzte Potenziale erkennen und Ihre Webseite bzw. Landing Page so gestalten, dass Sie die Usability und User Experience für Ihre Nutzer verbessern und Ihre Zielerreichung optimieren? In unserem Seminar mit Workshop-Elementen konzentrieren wir uns auf die optimale Ausrichtung Ihrer Webseite auf den Benutzer – praxisorientiert und immer am Beispiel der Web-Projekte, Unternehmenswebseiten, Online-Shops und Mobile Apps der Teilnehmer.

Jede Webseite verfolgt in der Regel ein Ziel. Bei transaktionsorientierten Webseiten sind die Ziele meist klar erkennbar: es geht um den Abverkauf von Produkten, Dienstleistungen bzw. Services oder um die Generierung von Kundenkontakten (Leads). Aber auch alle anderen Webseiten wurden konzipiert, designed, entwickelt und programmiert, um irgendein Geschäftsziel zu erreichen. Webseiten sind dann erfolgreich, wenn sie durch eine logische Benutzerführung, eine zielorientierte Präsentation von Produkten und Dienstleistungen und optimierten Landing Pages aktiv zur Zielerreichung beitragen.

Doch der Erfolg einer Webseite geht weit über die bloße Verbesserung der Konversionsrate hinaus. Kundenzufriedenheit, User Experience, Growth Hacking, Customer Lifetime Value und die Steigerung des eigenen Marktanteils tragen wesentlich zum Erfolg Ihres Online Business bei. Das Verbesserungspotenzial beinahe jeder Webseite ist enorm. Oft haben schon kleine Änderungen massive Auswirkungen.

In unserem Seminar lernen Sie, Ihr Online-Angebot optimal auf Ihre Zielgruppe auszurichten. Sie erfahren, wie Sie dabei vorgehen und lernen nützliche Tools und Strategien zur Unterstützung Ihrer Optimierungsarbeit kennen. Die Übungen finden online statt. Gerne können Sie Ihr internetfähiges Laptop, Ihr Tablet oder Ihr Handy mitbringen.

Seminarziele

- Sie können Ihre Online-Ziele exakt definieren, mit den zugehörigen Kenngrößen messbar machen und schaffen dadurch die Basis für eine zielgerichtete Optimierung.
- Sie erkennen, an welchen Stellschrauben gedreht werden muss, um die Usability und User Experience Ihres Online-Angebots zu beeinflussen und die Konversionsraten zu erhöhen.
- Sie haben ein grundlegendes Verständnis dafür entwickelt, was eine zielorientierte Nutzerführung und Informationsarchitektur ausmachen.
- Sie wissen, wie erfolgreiche Webseiten und Landing Pages aufgebaut sein müssen, wie Sie diese zielführend testen und kontinuierlich am Userverhalten ausgerichtet optimieren.
- Sie kennen die wichtigsten Tools, die Sie beim Optimierungsprozess unterstützen und erhalten wertvolle Praxis-Tipps für eine erfolgreiche Optimierung.

Seminarinhalte – Agenda

Grundlagen und Zeitgeist der modernen User-centered Communication

- Benutzerfreundlichkeit als Grundlagen für eine gezielte Ausrichtung auf die Bedürfnisse der User
- Was bedeuten User Experience (UX), Usability, Conversion Optimierung (CRO) und wo sind die jeweiligen Einsatzgebiete?
- Herausforderung: die Super-Personalisierung

Zielgruppe: Wer ist das?

- Methodische Herangehensweisen, um Ihre Zielgruppe und deren Bedarf besser kennenzulernen
- Aufgabenstellungen, Benutzerszenarien, Personas, Use Cases (Anwendungsfälle) und User Journey

Hands-on Workshop in Gruppenarbeit

Benutzerszenarien und Anwendungsfälle Ihrer Projekte

User Experience: Strategien und Management

- Positionierung und Integration von User Experience und Usability im Unternehmen
- Analyse und Monitoring: das Ergebnis zählt, denn Zahlen lügen nicht
- Die Marketingtechnik Growth Hacking: optimieren nach Zahlen bzw. Corporate Targets
- Kennzahlen, Ziele und deren Interpretation
- Bedeutung von Kennzahlen für die Optimierung
- Bildung „echter“ Kennzahlen (KPIs)
- Effekte der User-Experience- und Conversion-Optimierung messen
- Usability-Teams und Expertise im Unternehmen

Hands-On Workshop in Gruppenarbeit

Analyse und Strategie Ihrer Projekte

Die wichtigsten analytischen Methoden

- Surf- und Klickpfad-Analysen
- A/B-Tests und Multivariate Tests
- Experten-Analysen vs. Fokusgruppe
- Eye Tracking, Heatmaps und Mouse Tracking
- Befragungen, Interviews und Tagebuch
- Nützliche Tools und Soft-/Hardware

Konzeptionsphase und Planungsprozess

- Usability Engineering Lifecycle
- Paralleles Design, Partizipatives Design, Wireframes, Low- und High-Fidelity-Prototypen,

User-centered Design

- Erwartungshaltung der Nutzer
- Joy of Use, Motivation und Flow
- Gestaltungsrichtlinien
- Design und Ästhetik vs. Usability – natürliche Feinde?
- Qualifizierte und quantifizierte Ziele und der wirtschaftliche Nutzen

Hands-on Workshop: Ihre Projekte im Usability-Test

Defizite und Chancen für Ihre Projekte erkennen

Conversion Rate Optimization (CRO)

- Wie kommt es zu einer Conversion?
- Über welche Kanäle kommen Ihre Conversions?
- Wo werden User verloren und warum?
- Richtige Rückschlüsse für die Optimierung ableiten
- Methoden zur Conversion Rate Optimization (CRO)
- Monitoring und Erfolgsmessung Ihrer KPIs

Informationsarchitektur

- User Journey, Navigation und Navigationsarchitektur
- Seiten- und Systemarchitektur, „Googleability“
- Kategorie- und Übersichtsseiten, Produkt- und Dienstleistungs-Detailseiten
- Entscheidende Prozesse wie Warenkorb, Check-out, Formulare, FAQ und Service
- Landing-Page-Optimierung
- Call-to-Action: Signal zur Interaktion
- Wichtige Elemente wie Sitemap, Headlines, Bilder, Texte, Bulletpoints und Buttons

Online Marketing und soziale Netzwerke

- Welche Werbemittel sind in welchem Channel besonders erfolgversprechend?
- Werbetext- und Banner-Optimierung
- Conversions aus Google AdWords
- Conversions aus den Social Media Deep Links

Mobile Usability und User Experience

- Mobile Website vs. Native App
- Responsive Design vs. Mobile First
- Multi Devices und Second Screen

Hands-on Workshop

Die Optimierung Ihrer Projekte

Aus der Trendforschung

Heute schon für (über)morgen planen

Trainer

Norbert Barnikel



Der passionierte Digital Marketer Norbert Barnikel begleitet seit über 20 Jahren nationale und internationale Top Brands und Unternehmen wie Siemens, Merck, Bosch und Nestlé in die Mobile-Marketing-Zukunft. Als erfahrener Digital Marketer ist er ein gefragter Trainer und Dozent an renommierten Akademien, Instituten, Hochschulen und internationalen Business Schools. Norbert Barnikel steht für 360° Digital Marketing und User Experience – eine clevere Kombination aus Praxis, Wissenschaft, Forschung und Lehre.

Methodik

Interaktiver Vortrag

In unseren Seminaren werden Sie mit Ihren individuellen Erwartungen an das Seminar und Ihren jeweiligen Online-Projekten selbstverständlich miteinbezogen. Fragen können jederzeit gestellt werden. Regelmäßige Feedback-Runden unterstreichen den interaktiven Seminarcharakter.

Vielseitiger Medieneinsatz

Um die bestmögliche Aufmerksamkeit zu erreichen, arbeiten unsere Trainer abwechselnd mit anschaulichen Power-Point-Präsentationen, Live-Beispielen im Internet, Flipchart und Pinnwand. Das garantiert ein abwechslungsreiches Seminar – mit Inhalten, die „haften“ bleiben.

Maximaler Praxisbezug

Live-Beispiele aus der Praxis sowie die Beispiel-Projekte der Teilnehmer garantieren den maximalen Praxisbezug und bilden eine professionelle Grundlage für die praktische Umsetzung der individuellen Unternehmensziele jedes Teilnehmers. Neben den konkreten Live-Beispielen arbeiten wir auf Wunsch auch an den verschiedenen Web-Projekten der Seminarteilnehmer. Alle, die Ihr internetfähiges Laptop, Ihr Tablet oder Ihr Handy mitbringen, können die Übungen gerne live mitverfolgen.

Tipps, Tools und Seminarunterlagen

Anhand von Live-Demonstrationen ausgewählter Tools, Portale und Netzwerke lernen Sie nützliche Werkzeuge kennen und erhalten wertvolle Tipps und Tricks, die Sie in Ihrer täglichen Arbeit aktiv unterstützen. Ausführliche, seminarbegleitende Unterlagen und Checklisten dienen als umfassendes Nachschlagewerk am Arbeitsplatz – auch noch lange nach Ihrem Seminarbesuch.

Teilnehmer

Unser Seminar eignet sich erfahrungsgemäß sehr gut für Einsteiger wie auch für Marketer mit ersten Erfahrungen zum Thema Usability-Optimierung. Das Seminar richtet sich an Online-Marketing-Mitarbeiter aus Unternehmen und Agenturen, die in ihrem Praxisalltag unter anderem für die Themen Website-Optimierung und Online Marketing verantwortlich sind. Das Seminar richtet sich aber auch an Geschäftsführer, Einzelunternehmer und Entscheider, die sich einen fundierten Überblick über die Themen Usability und User Experience verschaffen möchten.

Durch die Vielfalt der Seminarinhalte, die neben den Grundlagen auch Spezialgebiete wie die Definition von Kennziffern zur individuellen Zielerreichung, die Segmentierung von Daten, das Erstellen von Reports und Berichten, das Controlling und Tracking von Marketing-Kampagnen sowie den richtigen Einsatz von A/B- und Multivarianten-Tests umfasst, profitieren selbst erfahrene Web Analytiker von unserem gebündelten eMBIS Know-how und zahlreichen Praxis-Tipps.

Spezielle Voraussetzungen oder technisches Know-how der Teilnehmer werden nicht benötigt.

Website-Verantwortliche, Marketingverantwortliche, Mitarbeiter aus Werbung und Vertrieb, Online Marketing Manager, Web-Analysten, Website- und E-Commerce-Manager, Geschäftsführer, Entscheider, Projektleiter und Agenturen

Referenzen und Teilnehmerstimmen

Seit mehr als 15 Jahren schenken uns unsere Kunden ihr Vertrauen. Immer wieder erhalten wir positives Feedback über die Kompetenz unserer Trainer, den optimalen Praxisbezug der Schulungen und die gute Verständlichkeit und Struktur der Kurse.

Mit der nachfolgenden Referenzauswahl erhalten Sie Einblick in die Branchenvielfalt unserer eMBIS Schulungsteilnehmer:



Viele unsere Teilnehmer haben uns bereits ihre Stimme zum Seminar gegeben. Auf unserer Webseite können Sie sich gerne davon überzeugen:

<https://www.embis.de/kunden-und-stimmen.html>

Termine, Orte und Zeiten

- 10.-11.12.2018 Frankfurt
- 14.-15.02.2019 Düsseldorf
- 11.-12.03.2019 München
- 28.-29.05.2019 Frankfurt
- 01.-02.10.2019 Nürnberg
- 28.-29.10.2019 Hamburg
- 09.-10.12.2019 München
- 16.-17.12.2019 Hannover

Zeiten

1. Seminartag: 10:00 - 17:00 Uhr
2. Seminartag: 09:00 - 16:00 Uhr

Kosten

Die Teilnahmegebühr beträgt pro Teilnehmer 980 Euro zzgl. MwSt.

Für den optimalen Lernerfolg ist die Teilnehmerzahl auf 12 begrenzt.

Im Preis inbegriffen sind ein Mittagessen, diverse Snacks und Erfrischungsgetränke sowie ausführliche Seminarunterlagen.

Die Kosten für Anreise und Übernachtung sind bei Bedarf selbst zu entrichten und nicht im Seminarpreis enthalten.

Alle Teilnehmer erhalten ein persönliches Teilnehmerzertifikat der eMBIS Akademie für Online Marketing, in dem Inhalte, Ort und Datum des Seminars dokumentiert sind. Das Zertifikat wird vom jeweiligen Trainer unterschrieben.

Faxanmeldung: Usability- und Conversion-Optimierung Seminar

Bitte ausfüllen und an 0811 993366-1 faxen.

Anrede
Vorname
Nachname
Telefon
E-Mail

Firma
Straße/Postfach
PLZ/Ort
Unternehmenswebseite

Termine (bitte ankreuzen):

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 10.-11.12.2018 Frankfurt | <input type="checkbox"/> 01.-02.10.2019 Nürnberg |
| <input type="checkbox"/> 14.-15.02.2019 Düsseldorf | <input type="checkbox"/> 28.-29.10.2019 Hamburg |
| <input type="checkbox"/> 11.-12.03.2019 München | <input type="checkbox"/> 09.-10.12.2019 München |
| <input type="checkbox"/> 28.-29.05.2019 Frankfurt | <input type="checkbox"/> 16.-17.12.2019 Hannover |

Anmeldebedingungen:

Die Teilnahmegebühr für das Usability- und Conversion-Optimierung Seminar beträgt 980,00 Euro (das sind 1166,20 Euro inkl. MwSt.). Im Preis inbegriffen sind ein Mittagessen, diverse Snacks und Erfrischungsgetränke sowie ausführliche Seminarunterlagen. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Die Rechnung ist vor Seminarbeginn zu begleichen. Bis zu 14 Tage vor dem Veranstaltungstermin können Sie Ihre Anmeldung kostenlos stornieren. Ab 14 Tage vor dem Veranstaltungstermin berechnen wir die gesamte Teilnehmergebühr. Eine Stornierung ist schriftlich vorzunehmen. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Bei Absage der Veranstaltungen durch die eMBIS GmbH infolge nicht beeinflussbarer Gründe bzw. höherer Gewalt, wird der volle Teilnahmebeitrag erstattet. Weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen.

Sonstige Bemerkungen:

--

Ort, Datum und Unterschrift