



2-Tages-Seminar:

Usability- und Conversion-Optimierung – maximale User Experience (UX) für Ihren Online-Auftritt

Erfahren Sie in nur 2 Tagen, wie Sie durch gezielte Optimierung Kunden auf Ihren Online-Kanälen zu den von Ihnen gewünschten Handlungen 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, Webseiten, 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, gestaltet, 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.

Vollkommen neue Möglichkeiten in der User Experience bietet hingegen der Einsatz von Daten-basierter Marketing-Automatisierung mit Künstlicher Intelligenz zum Beispiel für One-to-One Marketing und Predictive Marketing. Sie verspricht auch mehr Effizienz und Effektivität bei weniger Zeiteinsatz.

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. Bitte bringen Sie Ihr internetfähiges Laptop, Tablet oder Smartphone mit.

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 haben den Überblick über die verschiedenen Arten von personalisierter User Experience und wie KI dabei helfen kann, sie zu optimieren.
- Sie kennen die wichtigsten Tools, die Sie beim Optimierungsprozess unterstützen und erhalten wertvolle Praxis-Tipps für eine erfolgreiche Optimierung.

Trainer

Norbert Barnikel



Der strategische und operative Digital Marketer Norbert Barnikel begleitet seit über 20 Jahren nationale und internationale Top Brands und Organisationen bei der Digitalen-Marketing-Transformation. Mit seinem stets innovationsgetriebenem Digital-Mindset ist er zudem ein gefragter Trainer und Dozent an renommierten Akademien, Hochschulen und internationalen Business Schools. Norbert Barnikel steht für innovatives Digital Marketing und holistische User Experience – eine clevere Kombination aus Praxis, Wissenschaft, Forschung und Lehre.

Seminarinhalte – Agenda

Grundlagen und Zeitgeist der modernen User-centered Communication

- Benutzerfreundlichkeit als Grundlagen für eine gezielte Ausrichtung auf die User-Bedürfnisse
- Buzzword Bingo: Was bedeuten User Experience (UX), Usability, Conversion Optimierung (CRO) und wo sind die jeweiligen Einsatzgebiete?
- Herausforderung: die Super-Personalisierung in einer Zeit „ohne Cookies“
- Zeit ist eine „Währung“ für unsere Kunden – Zahlen, Daten, Fakten

Zielgruppe: Wer ist das?

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

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: Kennzahlen, Ziele und deren Interpretation
- Die Marketingtechnik Growth Hacking: optimieren nach Zahlen bzw. Corporate Targets
- Never Relaunch! – Warum kontinuierliche Optimierung erfolgreicher ist
- Grundlagen Neuromarketing für UX
- Dark UX – Die dunkle Seite der User Experience
- User Journey – ein Einblick

Die wichtigsten analytischen Methoden

- Surf- und Klickpfad-Analysen
- A/B-Tests und Multivariate Tests
- Experten-Analysen vs. Fokusgruppe
- Eye Tracking, Heatmaps und Mouse Tracking
- Nützliche Tools und Soft-/Hardware
- Effekte der User-Experience- und Conversion-Optimierung messen
- KI in der Vorhersage von Benutzerverhalten um die User Experience zu optimieren

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
- Methoden um KI-basierte Empfehlungen zu erstellen

Informationsarchitektur

- Grundlagen Technologie und Struktur
- Seiten- und Systemarchitektur, „Googleability“
- Navigation und Navigationsarchitektur
- Kategorie- und Übersichtsseiten, Produkt- und Dienstleistungs-Detailseiten
- Entscheidende Prozesse wie Warenkorb, Check-out, Formulare, FAQ und Service
- How-to: Landing-Page-Optimierung
- How to: Der richtige Call-to-Action als Signal zur Interaktion.
- Wichtige Elemente wie Sitemap, Headlines, Bilder, Videos, Texte, Bulletpoints und Buttons

Conversational Interfaces

- Herausforderung: Conversational Interfaces – Neue Interaktion und Kommunikation durch Chatbot & Sprach-Assistenten
- Grundlagen Spracherkennung / Sprachassistenten an Beispielen von amazon, google,
- Vorteile und Herausforderungen
- Voice User Interface Design (VUI)
- Chatbots, Conversational Interfaces und AI

Aus der Trendforschung

- Heute schon für (über)morgen planen
- Künstliche Intelligenz in Chatbots Z.B. ChatGPT, Conversational Interfaces (Sprach Assistenten) und Medien (KI-basierende Bilder und Videos)
- Die Hyperpersonalisierte Personalisierte Gestaltung von Medien durch KI
- The next hot shit – Brandaktuelle Themen zu UX und CRO. Finden wir heraus was hype oder trend ist.

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 wird nicht benötigt.

Kosten

	 Online-Seminar	 Präsenzseminar
Teilnahmegebühr	pro Teilnehmer 980,- € zzgl. MwSt.	pro Teilnehmer 1180 Euro zzgl. MwSt.

Termine, Orte und Zeiten

Aktuelle **Termine** finden Sie hier:

<https://www.embis.de/seminare/ux-und-conversion-optimierung/#termine>

Anmeldung

Das Anmeldeformular finden Sie auf unserer Webseite unter:

<https://www.embis.de/seminare/ux-und-conversion-optimierung/#anmeldung>

Für den optimalen Lernerfolg ist die Teilnehmerzahl auf 12 begrenzt.

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.