

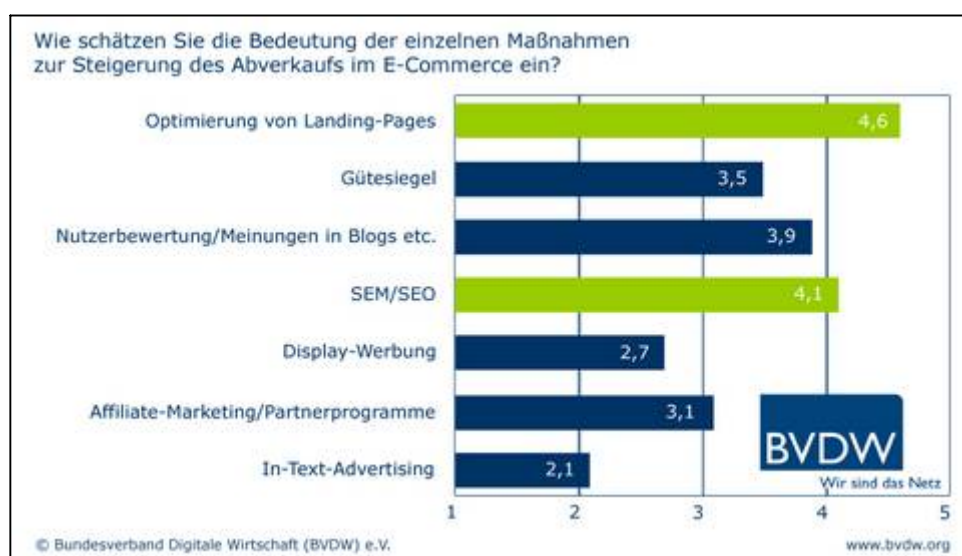
BVDW: Conversion Rate ist zentrales Thema im E-Commerce

SEM/SEO und optimierte Landing-Pages wichtigste Treiber / Preis ist stärkstes Kaufargument

Düsseldorf, 30. Juli 2009 – Die „Conversion Rate“ ist das zentrale Thema im E-Commerce. Zusammen mit Suchmaschinen-Marketing (SEM) und -Optimierung (SEO) spielen optimierte Landing-Pages die wichtigste Rolle beim Abverkauf im Internet. Dies geht aus der aktuellen Umfrage „Trend in Prozent“ des Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. hervor. Weiterhin ist der Preis laut Teilnehmer entscheidend – Emotionen spielen dagegen beim Online-Shopping kaum eine Rolle. Der BVDW hat eine Woche lang schwerpunktmäßig Beschäftigte aus Unternehmen der digitalen Wirtschaft zum Abverkauf im E-Commerce befragt. Insgesamt sind über 100 Fragebögen in die Auswertung eingeflossen.

Landing-Page gewinnt an Bedeutung

„War in den letzten Jahren ausschließlich das Suchmaschinen-Marketing bestimmendes Element zur Steigerung des Abverkaufs im Internet, so haben viele Online-Händler erkannt, dass sich die Conversion Rate nur zusammen mit einer optimierten Landing-Page steigern lässt. Natürlich spielen auch der Preis und der Zahlungsablauf eine entscheidende Rolle“, sagt Achim Himmelreich (Mücke Sturm | Company GmbH), Vorsitzender der Fachgruppe E-Commerce im BVDW.



Nutzermeinungen sind gefragt

Ebenfalls als deutliche Treiber für den Online-Abverkauf wurden Nutzermeinungen in Blogs und auf Social-Media-Plattformen sowie Rezensionen und Bewertungen direkt im Online-Shop angegeben.

Per Suche oder direkt zum Online-Shop

Über ein Drittel aller Befragten nutzt eine Suchmaschine für die gezielte Produktsuche und gelangt über entsprechende Links in einen Online-Shop. Ein weiteres Drittel gibt die Webadresse des E-Commerce-Anbieters direkt in den Internet Browser ein oder nutzt vorher gespeicherte Lesezeichen. Rund 14 Prozent suchen über eine Suchmaschine nach Shops, weitere 14 Prozent nach dem günstigsten Anbieter eines Produktes über eine Preissuchmaschine, um in einen Online-Shop zu gelangen. Dies verdeutlicht die hohe Relevanz der Suchmaschinen-Optimierung eines Online-Shops sowie das hohe Potenzial des Suchmaschinen-Marketings.

Beteiligung an der Umfrage

Folgende Unternehmen der digitalen Wirtschaft haben sich an der BVDW-Umfrage „Trend in Prozent“ beteiligt: Agenturen mit Schwerpunkt Online-Werbung, Online-Vermarkter und -Händler, Internet-Dienstleister und Portalbetreiber.

Weitere Informationen und hochauflösendes Bildmaterial auf Anfrage sowie im Pressebereich unter www.bvdw.org/presse.

BVDW-Mitglieder finden die komplette Auswertung der Umfrage „Abverkauf im E-Commerce“ als Download im Bereich MyBVDW auf der Website unter www.bvdw.org.

Ansprechpartner für die Presse:

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

Kaistraße 14 · 40221 Düsseldorf

www.bvdw.org

Ingo Notthoff, Pressesprecher

Tel: 0211 600456-25, Fax: -33

notthoff@bvdw.org

Über den BVDW:

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung für Unternehmen im Bereich interaktives Marketing, digitale Inhalte und interaktive Wertschöpfung. Der BVDW ist interdisziplinär verankert und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der Digitalen Wirtschaft. Er hat es sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Medien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern. Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen stehend unterstützt der BVDW ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche. Wir sind das Netz