

Clarity-Seiten-Priorisierung

⌚ ca. 20 Min.

Modul: Clarity als Verhaltensglas

Typ: worksheet

Aufgabe: Listen Sie die fünf wichtigsten Seiten Ihres Shops auf. Bewerten Sie jede nach monatlichem Traffic, wirtschaftlicher Relevanz und Unklarheit des Nutzerverhaltens. Wählen Sie die Top-2-Seiten für eine erste Clarity-Analyse.

Arbeitsfelder

- ☐ Listen Sie die fünf wichtigsten Seiten Ihres Shops auf. Bewerten Sie jede nach monatlichem Traffic, wirtschaftlicher Relevanz und Unklarheit des Nutzerverhaltens. Wählen Sie die Top-2-Seiten für eine erste Clarity-Analyse.

1. Auf welcher umsatzrelevanten Seite Ihres Shops verstehen Sie das Nutzerverhalten am wenigsten — und was würden Sie dort am liebsten „dabei beobachten“?

2. Welche Annahme über Ihre Kunden könnte ein Rage-Click- oder Scroll-Muster in Clarity widerlegen?

3. Bei welcher Ihrer wichtigen Seiten ist der Traffic so niedrig, dass Sie vor jeder Maßnahme zuerst nach der Stichprobengröße fragen sollten?

So nutzen Sie dieses Worksheet: Drucken Sie es aus oder bearbeiten Sie es digital. Füllen Sie die Felder direkt während oder nach dem Modul aus. So überführen Sie Theorie in konkrete Maßnahmen für Ihren Shop.