

Ihre segmentierte Conversion-Baseline

⌚ ca. 25 Min.

Modul: Was ist eine gute Conversion-Rate?

Typ: worksheet

Aufgabe: Öffnen Sie Ihre Analytics-Daten der letzten vier Wochen. Ermitteln Sie die Conversion-Rate getrennt nach: (1) Gerät, (2) Top-drei-Kanälen, (3) neuen vs. wiederkehrenden Besuchern. Tragen Sie die Werte in eine Tabelle ein und markieren Sie die drei größten Abweichungen vom Gesamtdurchschnitt. Formulieren Sie für jede Abweichung eine Hypothese, warum sie besteht.

Arbeitsfelder

- ☐ Öffnen Sie Ihre Analytics-Daten der letzten vier Wochen. Ermitteln Sie die Conversion-Rate getrennt nach: (1) Gerät, (2) Top-drei-Kanälen, (3) neuen vs. wiederkehrenden Besuchern. Tragen Sie die Werte in eine Tabelle ein und markieren Sie die drei größten Abweichungen vom Gesamtdurchschnitt. Formulieren Sie für jede Abweichung eine Hypothese, warum sie besteht.

1. Wenn Sie Ihre Conversion-Rate der letzten vier Wochen getrennt nach Mobile/Desktop und nach Kanal bilden — wo verbirgt sich hinter dem Gesamtdurchschnitt der größte Unterschied?

2. Welche Benchmark verwenden Sie heute zum Vergleich, und besteht die Gefahr, dass sie aus einem falschen Markt oder einer anderen Branche stammt?

3. Was ist Ihr erster Schritt, um aus einem stabilen Vier-Wochen-Zeitraum eine valide eigene Baseline für Ihre wichtigsten Segmente zu etablieren?

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.