

Ihr Preisanker-Audit

⌚ ca. 25 Min.

Modul: Preisankerung und wahrgenommener Wert

Typ: mini-audit

Aufgabe: Öffnen Sie die drei wichtigsten Einstiegsseiten Ihres Shops, auf denen ein Preis erscheint. Notieren Sie für jede Seite: (1) Welcher Preis wird als Erster sichtbar? (2) Gibt es einen Referenzpreis, UVP oder Streichpreis? (3) Wie glaubwürdig wirkt dieser Anker auf einer Skala von eins bis fünf? (4) Welche Alternative Reihenfolge könnten Sie testen? Formulieren Sie ein Experiment für die vielversprechendste Seite.

Ihr Audit-Ergebnis

Kampagne	Ad-Text / Versprechen	Zielseite	Klickziele	Match-Score 1–5	ROI-Impact

Größter Mismatch & geplante Änderung

Nächste drei Aktionen

☐

☐

☐

1. Welchen ersten Preis nimmt ein neuer Besucher auf Ihrer wichtigsten Produkt- oder Tarifseite wahr — und ist dieser Anker bewusst gewählt oder zufällig der günstigste?

2. An welcher Stelle könnten Sie die Reihenfolge umstellen (teuerste Option oder UVP zuerst), um die Zieloption als wertvoller erscheinen zu lassen?

3. Wirkt einer Ihrer Streichpreise oder UVPs möglicherweise erfunden — und wie stellen Sie sicher, dass Ihr Anker glaubwürdig bleibt und das Markenvertrauen schützt?

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.