CONVERSION-OPTIMIERUNG

Veröffentlicht am 20. Januar 2026 von Marie

Was ist Conversion-Optimierung?

Conversion-Optimierung bedeutet, eine Website gezielt so zu verbessern, dass mehr Besucher eine gewünschte Aktion ausführen. Das kann zum Beispiel eine Anfrage, ein Kauf oder eine Newsletter-Anmeldung sein.

Beispiel:
Viele Besucher schauen sich eine Leistungsseite an, füllen aber das Kontaktformular nicht aus. Durch klarere Texte, bessere Call-to-Action-Buttons oder ein kürzeres Formular steigt die Anzahl der Anfragen – das ist Conversion-Optimierung.

Worauf es ankommt:
Entscheidend sind eine klare Nutzerführung, verständliche Inhalte und ein einfaches Nutzungserlebnis. Auch Ladezeiten, Vertrauen schaffende Elemente und eine gute Darstellung auf dem Smartphone spielen eine wichtige Rolle.

Wichtig:
Conversion-Optimierung basiert auf Daten und Tests. Kleine Änderungen können große Wirkung haben – vorausgesetzt, sie orientieren sich am Verhalten der Nutzer.