CRO

Veröffentlicht am 20. August 2025 von Marie

CRO bedeutet **Conversion Rate Optimization** – auf Deutsch: die **Verbesserung der Umwandlungsrate**. Damit ist gemeint, dass eine **Website** so angepasst wird, dass mehr **Besucher** auch wirklich das tun, **was man sich wünscht**.

Das kann zum Beispiel sein:

- einen **Kauf im Online-Shop** abschließen
- ein **Formular** ausfüllen
- sich für einen **Newsletter anmelden**

Die **Conversion Rate** ist die Zahl, die zeigt, wie viele **Besucher** tatsächlich **handeln**. **Beispiel:** Ein **Online-Shop** hat **1.000 Besucher am Tag**. Wenn **20 davon etwas kaufen**, liegt die Conversion Rate bei **2 Prozent**.

CRO schaut genau hin, an welchen Stellen **Besucher abspringen** oder **unsicher werden**, und verbessert diese Punkte. Typische Maßnahmen sind:

- **auffällige und klare Buttons** zum Klicken („Jetzt kaufen“ oder „Anmelden“)
- eine **schnellere Ladezeit** der Seite
- **kürzere und einfachere Formulare**
- **verschiedene Varianten testen und vergleichen** (z. B. zwei Versionen einer Seite)
- **Vertrauen schaffen** durch **Gütesiegel, Kundenbewertungen** oder **transparente Rückgaberegeln**

Der große Vorteil von **CRO**: Man holt mehr aus den **bestehenden Besuchern** heraus, **ohne zusätzlich Geld für Werbung** auszugeben. Schon **kleine Verbesserungen** können dafür sorgen, dass aus mehr **Besuchern echte Kunden** werden – und der **Umsatz steigt**.