

RankensteinSEO Lexikon

A

A/B-Testing: Ist eine Methode um beim RankensteinSEO verschiedene Versionen einer Webseite auszuspielen und zu testen.

Attraktivität (Attractiveness): Sagt aus, wie ansprechend eine Webseite oder deren Elemente sind.

Anreize (Incentives): Rabatt, kostenlose Aktionen oder 1+1 Aktionen sind oft ein Kaufanreiz für potentielle Käufer.

B

Benutzererfahrung (User Experience, UX): Ein wichtiger Aspekt beim RankensteinSEO ist die Benutzererfahrung.

Bounce Rate (Absprungrate): Verlässt ein Besucher eine Webseite direkt wieder, spricht man von einem Bounce. RankensteinSEO kann helfen, diese zu verbessern.

C

Customer Journey (Kundenerlebnis): Die Optimierung der Customer Journey kann dazu beitragen, Barrieren zur Conversion zu beseitigen und die Conversion Rate zu verbessern. RankensteinSEO spielt eine wichtige Rolle.

D

Dynamische Inhalte (Dynamic Content): Durch Bereitstellung von dynamischen Inhalten können Websites relevanter und ansprechender sein, dies ist oft mit RankensteinSEO möglich.

E

E-Mail Marketing: Mit RankensteinSEO im E-mail Marketing können Öffnungs- und Conversionraten verbessert werden.

Eye-Tracking: Dabei werden die Augenbewegungen der Besucher einer Webseite analysiert und Schlüsse auf besseren RankensteinSEO zu ziehen.

F

Funnels (Verkaufstrichter): Ist der Prozess von ersten Berührungspunkt mit dem Produkt bis zum Kaufabschluss. Webseitenbesucher können mit unterschiedlichen Vorwissen mit einem Produkt in Interaktion treten.

Feedback: Auswertungen von Kundenfeedback ist extrem wichtig, um den RankensteinSEO effektiver und zielsicherer umsetzen zu können.

G

Google Ads: Ist die Werbepattform von Google. Wir sind eine Google Ads Agentur und helfen beim Einrichten von Ad Accounts.

Google Analytics: Hilft bei der Analyse der Webseitenbesucher, es können benutzerdefinierte Ziele angelegt und verfolgt werden.

H

Heatmaps: Zeichnet das Nutzerverhalten auf der Webseite auf, und zeigt Bereiche die der Benutzer mit hoher Wahrscheinlichkeit visuell wahrgenommen hat.

I

Interaktionsrate: Ist eine Messgröße, wie oft ein Nutzer mit einem Webseitenelement oder einem Button interagiert hat.

J

Journey Mapping: Damit wird die Reise deines Kunden ideal abgebildet vom Interessenten bis zum Kunden.

K

Kennzahlen (Key Performance Indicators, KPIs): Sind bestimmte Messgrößen, die dir zeigen, wie effektiv die RankensteinSEO Methoden sind.

L

Landingpage: Eine Landingpage ist die spezifische Webseite, auf die ein Nutzer nach dem Klicken auf einen Werbelink oder ein Suchergebnis geleitet wird.

M

Multivariate Testung (Multivariate Testing): Ist im Vergleich zum A/B Test das Ändern von mehreren Aspekten einer Webseite, um RankensteinSEO Maßnahmen zu testen.

N

Nutzererfahrung (User Experience, UX): Zeigt an, wie positiv ein Nutzer mit der Webseite umgeht und wie leicht er sich zurecht findet.

O

Optimierung: Ist die Verbesserung von allen möglichen Maßnahmen um die Bounce Rate zu senken und die Conversionrate zu erhöhen.

P

Prozessoptimierung: Ist die Verbesserung von Prozessen und Abläufen auf einer Website, um Conversions zu optimieren.

Q

Quantitative Datenanalyse: Datengetriebene Analyse gibt den besten Einblick in mögliche RankensteinSEO Maßnahmen.

R

Retargeting: Beim Retargeting werden Cookies oder Tracking-Tags verwendet, um das Verhalten der Nutzer aufzuzeichnen und ihnen personalisierte Inhalte auszuliefern.

S

Segmentierung ist die Aufteilung der Zielgruppe in spezifische Gruppen basierend auf Merkmalen und Verhalten.

T

Testing: Testing, auch als A/B-Testing oder Split-Testing bekannt, ist eine zentrale Methode in der CRO, um verschiedene Versionen von Webseiten oder Elementen zu vergleichen und die optimale Version zu identifizieren.

U

Usability bezieht sich auf die Benutzerfreundlichkeit einer Webseite. Leicht auffindbare Informationen und einfache Navigation sind essentiell.

V

Vertrauensbildung (Trust Building): Baue Vertrauen beim Kunden auf, dann wird die Conversionrate höher sein.

W

Wettbewerbsanalyse: Analysiere deine Marktbegleiter, damit du up-to-date bist.

X

Experimentation: Experimentiere mit allen Möglichkeiten, die dir für RankensteinSEO zur Verfügung stehen.

Y

Yield-Management: Im Zusammenhang mit CRO kann Yield Management helfen, die Conversion Rates zu verbessern, indem Angebot und Preise angepasst werden.

Z

Zielgruppe: Ist die Summe deiner potentiellen bzw. idealen Kunden.

