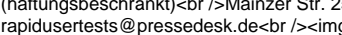




Per virtuellen Eyetracking und UX-Test die Stärken und Schwächen von Newslettern identifizieren

Per virtuellen Eyetracking und UX-Test die Stärken und Schwächen von Newslettern identifizieren
Der Newsletter ist als Marketing-Instrument für viele Unternehmen - gerade im Online-Handel - unverzichtbar. Interessenten lassen sich durch regelmäßige Informationen über Dienstleistungen, Produkte und Angebote als Neukunden gewinnen und Bestandskunden stärker an das Unternehmen binden. Doch immer häufiger werden die Potentiale dieses Vertriebskanals nicht richtig ausgeschöpft. Die Folge: Klickzahlen sinken und auch die Konversionsraten schwächeln. Nicht selten wenden sich Interessenten und Kunden entnervt ab oder löschen die Mailings ungelesen. 'Bei der Gestaltung und Aussendung des Newsletters können viele Fehler gemacht werden, die sich relativ schnell negativ auf die Umsatzentwicklung auswirken', erklärt Benjamin Uebel, Geschäftsführer beim Usability-Spezialisten Userlutions. Der User Experience (UX)-Experte empfiehlt Unternehmen daher, ihre Newsletter auf Stärken und Schwächen zu untersuchen. Um mögliche Optimierungspotentiale schnellstmöglich aufzudecken und umzusetzen, bieten sich die kostengünstigen UX-Tests der Crowd-Plattform RapidUserTests (www.rapidusertests.com) an. Nach einfacher Online-Beauftragung wird der Newsletter von Testpersonen gesichtet, die der eigenen Zielgruppe entsprechen. Die Tester geben während des gesamten Tests ihre Einschätzungen und Kommentare wieder. Per virtuellen Eyetracking wird zusätzlich anhand einer grafischen Analyse festgehalten, welche Bestandteile des Newsletters die größte Aufmerksamkeit der Testpersonen auf sich ziehen. Stimmt die Produktinszenierung? Ist die Preis- und Angebotskommunikation optimal? Wie steht es um die Emotionalisierung? Wie wirken Layout und Content auf den Leser? Auf all diese Fragen liefert der webbasierte UX-Test konkrete Antworten', streicht Benjamin Uebel heraus. Wird ein solcher Test zudem mit einem Newsletter-Wettbewerber-Benchmark kombiniert, bei dem nach der selben Methodik auch die Stärken und Schwächen von Konkurrenz-Newslettern bewertet werden, lassen sich fundierte Schlussfolgerungen für die Verbesserung des eigenen Mailings gewinnen. 'Im Ergebnis stehen steigende Klickzahlen und ein optimierten Abverkauf der eigenen Produkte', so der UX-Experte. Weitere Informationen unter www.rapidusertests.com Über Userlutions UG Die aus der Humboldt Universität ausgegründete Userlutions UG (www.userlutions.com) berät Unternehmen aus den Bereichen eCommerce und digitale Medien bei der nutzerzentrierten Gestaltung ihrer Produkte und Kommunikationsmaßnahmen. Das 6-köpfige Team bietet Service- und Beratungsleistungen rund um die Themen Marketing-Performance, Usability und User-Centered-Design. RapidUserTests - das erste Produkt von Userlutions - ist ein Online-Usability-Service, mit dem Unternehmen die Performance ihrer Webseiten schnell und einfach optimieren können. Auf www.rapidusertests.com erhalten Webseitenbetreiber innerhalb von 24 Std. Usability-Feedback für 49? pro Test-Nutzer. Dank innovativer Screenrecording-Technologie, einem ausgewählten Nutzerpanel und von Usability-Experten entwickelter Testdesigns können so aussagekräftige Usability-Tests schnell, pragmatisch und preiswert durchgeführt werden. Die Beratungs- und Service-Agentur Userlutions ist unter anderem tätig für die Unternehmen mirapodo, Universal Music und Xing. Userlutions UG (haftungsbeschränkt) Mainzer Str. 25 HH 10247 Berlin PresseDesk Tel.: 030 / 530 47 73 0 E-Mail: rapidusertests@pressedesk.de 

Pressekontakt

Userlutions UG

10247 Berlin

rapidusertests@pressedesk.de

Firmenkontakt

Userlutions UG

10247 Berlin

rapidusertests@pressedesk.de

Weitere Informationen finden sich auf unserer Homepage