

# Stichwortverzeichnis

## A

A/B-Split-Test 248  
  Beispiel 262  
  Nachteile 249, 267  
  Vorteile 248, 267  
Ablauf  
  flexibler 186  
  optimieren 184  
  systematischer 184  
  verbundener 185  
Abonnement 61  
Absprungrate 146, 171  
AC 63  
Affiliate 27  
Affiliate-Programm 27  
AIDA 89  
  Action III  
  Attention 91  
  Aufmerksamkeit 91  
  Desire 101  
  Handlung III  
  Interesse 98  
  Interest 98  
  Kaufbegehren 101  
AIDAS 89  
Aktionsplan  
  aufstellen 303  
Alessandra, Tony 67, 79  
Amygdala 154  
Angebot  
  testen 192  
Angewandte Statistik 212  
Animation 168  
ANOVA 212  
Anpassen  
  Produkte 110  
Archipallium 153  
ARIS 58  
ARPS 59  
ARRS 59  
Aufgabe 86  
  zuweisen 324  
Auflösungsklasse 255

Ausgangs-Popup 94  
Ausgangsvariable 230  
Ausrichtung 160  
Außenwerbung 30

## B

Backlink 25  
Bannerblindheit 166  
Bannerwerbung 25, 93, 167  
Baseline 175, 248  
  überwachen 334  
Bates, Marilyn 78  
Beckwith, Harry 112  
Bedürfnis  
  erkennen 99  
Beispielversuchsplan 317  
Beobachtungsstudie 211  
Berichtsvorlage  
  Webanalyse 71  
Besucher  
  neue 244  
  Verhalten 158  
  voreingenommene 243  
  Webanalyse 137  
  wiederkehrende 142, 207, 243  
Besucherguppe 85  
Bild  
  auf Landing Page 167  
Bildschirmauflösung 138  
Blickregistrierung  
  Methoden 150  
Blog 28  
Blog-Feed  
  Kundenbindung 39  
Branchenbericht 29  
Breadcrumb-Navigation 104  
Briggs, Katharine Cook 76  
Brochureware 136  
Browserfenster 141  
Bruttogewinnspanne 236  
Burman, J. P. 263  
Business Case  
  aufbauen 306

**C**

- CC 59
  - Chak, Andrew 90
  - Challenger 175, 248
  - Checkout-Prozess 119
  - CIP 54
  - Clickstream-Analyse 71
  - Cloaking 351
  - COGS 59
  - Content-Präsentation
    - Webanalyse 71
  - Conversion 31
    - externe Faktoren 32
    - Gründe für 113
    - verzögerte 342
    - Ziele 147
  - Conversion-Handlung 31
    - Definition 50
    - konstante 236
    - Lifetime Value 52
    - sofortige 63
    - variable 236
    - wichtigste 170
  - Conversion-Rate 31, 40, 208, 211
    - höchste 170
    - Kennzahlen 53
    - prüfen 330
    - Verbesserung 53
  - Conversion-Ziel 147, 237
  - Cookie 142, 238
  - Co-Registrierung 123
  - Covey, Stephen R. 45
  - CP 63
  - CRM 64
- D**
- Data-Mining
    - Webanalyse 71
  - Daten
    - ausreichend erfassen 335
    - erfassen 327
  - Datenanalyse
    - Checkliste 332
    - multivariates Testverfahren 253
    - nicht-parametrische 253, 256, 272
    - parametrische 253, 273
  - Datenerfassung
    - Checkliste 330
    - kurze 202
    - Methoden der 201
    - multivariates Testverfahren 251
    - überwachen 329
    - unzureichende 215
    - vorbereiten 327

- Datenrate 222
  - prüfen 329
- Datenstrom
  - Webanalyse 170
- Datenverkehr 201
  - anpassen 239
  - bezahlter 145
  - direkter 143
  - Eignung 74
  - kontrollierbarer 75
  - stabiler 75
  - weitergeleiteter 144
  - wiederkehrender 74
  - Zusammensetzung verändern 244
- Datenverkehrsquelle 143
  - auswählen 309
  - Checkliste 310
  - kombinieren 244
  - Veränderlichkeit 72
- Deep Linking 171
- Demografie 70
- Deskriptive Statistik 212, 230
- Deterministischer Prozess 206
- Direktmarketing 30
  - in Online-Umgebung 34
- DoE-Versuchsplanung 252
- Durchschnittswert 209

**E**

- E-Commerce-Website
  - Probleme 56
- Eingangs-Popup 93
- Eingangsvariable 230
- Einnahmeverlust
  - Berechnung 172
- E-Mail
  - Kundenbindung 39
  - Negativlisten 38
  - Positivlisten 38
- E-Mail-Liste
  - interne 28
  - von Drittanbietern 27
- Empirische Regel 210
- Entrümpelung 187
- Entscheidungsprozess
  - Überblick 89
- Ereignis 206
  - externes 245
  - internes 242
- Ergebnis
  - analysieren 331
- Erlös pro Besucher 171
- Euler, Leonhard 264
- Experimentelle Studie 211
- EyeTools 150

**F**

Fachmesse 30  
 Faktorkombination 232, 262  
 Fallstudie  
   Power Options 345  
   RealAge 188  
 Farbe 168  
 Feed 39  
 Fehler  
   vermeiden 334  
 Fehlerbalken 216  
 Finanzmodell  
   erstellen 305  
 Finanzwächter 294  
 First-Party-Cookie 142, 202, 238  
 Flash-Technologie 168  
 Fokusgruppe 150  
 Format  
   Text 165  
 Formular  
   anpassen 125  
 Frame 167  
 Führungskräfte 293

**G**

GAAC *siehe* Google Website Optimizer Authorized Consultant  
 Gauß-Verteilung 209  
 Gehirn 152  
   limbisches System 154  
   Neokortex 154  
   paleomammalisches 154  
   protoreptilisches 153  
 Gesetz der großen Zahlen 208  
 Gestaltung  
   optische 166  
 Gewichtung  
   Testelemente 183  
 Glockenkurve 209  
 Godin, Seth 92  
 Google 352  
   Qualitätsfaktor 353  
 Google Website Optimizer Authorized Consultant 270  
 Google-Website-Optimierungstool 270, 296, 320, 337, 355  
   A/B-Split-Test 360  
   Bericht anzeigen 368  
   Inhaltsvariationen 358  
   JavaScript-Tag einfügen 366  
   Kombinationsbericht 369  
   Kontrollskript 359  
   multivariater Test 360

Nachteile 374  
 Page Rendering 359  
 Scripting 359  
 Seitenbereichsbericht 371  
 Split-Path-Test 360  
 technische Anforderungen 357  
 Testbeispiel 360  
 Testeinstellung prüfen 368  
 Tracking-Skript 359  
 Variationen erstellen 368  
 Verweildauertest 360  
 Vorteile 372  
 Grafikdesigner 284  
 Granularität 174  
   testen 175  
   verringern 222  
 Grenzwertsatz  
   zentraler 210  
 Großbuchstaben 160  
 Gültigkeitserklärung 117  
 GWO *siehe* Google-Website-Optimierungstool

**H**

HackerSafe 234  
 Haupteffekt 254  
   gesättigter 263  
 Hauptwebsites 45  
 Hintergrundfarbe 161  
 Hippocampus 154  
 Hitzebild 150  
 Homepage  
   Aufmerksamkeit 94  
 Hyperlink 160

**I**

Implementierungsplan  
   erstellen 323  
   Übersicht 323  
 Inferenzielle Statistik 212, 230  
 Information Foraging 185  
 Information Scent 185  
 Informationsarchitektur 158  
   Testelemente 182  
 Inhalte  
   meistbesuchte 146  
   Webanalyse 146  
 Interaktionstiefe 143  
 Interruption Marketing 92, 93  
 IT-Mitarbeiter 291

**J**

Jung, Carl 76

**K**

Katalog 30  
 Katalogverkauf 57  
 Keirse, David 78  
 Keirse-Bates 78  
 Keirse-Temperament-Sorter 78  
 Klickrate 50  
 Kommodifizierung 32  
 Konfidenzgrenze 210  
 Konfidenzintervall 216  
 Konfidenzniveau 215, 216  
   Checkliste 313  
   wählen 312  
 Konsistenz 238  
 Kontrast 160  
 Konvention  
   im Webdesign 157  
 Kundenbindung 38  
 Kundenbindungsmarketing  
   Formen 39  
 Kundendienstvertreter 151  
 Kundenempfehlung 30  
 Kundengewinnung 24  
   Offline-Methoden 29  
   Online-Methoden 25  
 Kundenkontakt  
   Generieren 59

**L**

Ladenverkauf 56  
 Landing Page 31, 45  
   Aktionsplan 303  
   Annahmen für Tests 340  
   Ausgangs-Popups 94  
   Bannerwerbung 93  
   Besuchergruppen 85  
   Bilder 167  
   Checkliste 310  
   Eingangs-Popups 93  
   Einheit der Elemente 176  
   Elemente auswählen 181  
   Inhalte 48  
   Langlebigkeit der Veränderung 179  
   logischer Aufbau 176  
   Nutzerrollen 85  
   Nutzertypen 90  
   Optimierungstools 320  
   optische Gestaltung 166  
   pauschale Änderungen 175  
   Probleme 135  
   Seitenelement 173  
   Test beginnen 295  
   Test fremdvergeben 298

Typ festlegen 309  
 Wahrscheinlichkeitstheorie 206  
 Zielgruppen 49

## Landkarte

  Webanalyse 137  
 Langlebigkeit 179  
 Lateinische Quadrate 264  
 Launch Page 325  
 Leistungskennzahl  
   Conversion 50  
 Lernmethode 155  
   auditiv 155  
   kinästhetisch 155  
   visuell 155  
 Lesbarkeit 159  
 Lifetime Value 52, 305  
 Likert-Skala 150  
 Listenermüdung 27  
 Live-Umgebung 329  
 LTV *siehe* Lifetime Value

**M**

MacLean, Paul 153  
 Markenbewusstsein 29  
 Markenschützer 289  
 Markenstärke 32, 113  
 Marketese 163  
 Marketing Sherpa 150  
 Marketingmanager 286  
 Matrix  
   erstellen 87  
   flexible 186  
   systematische 184  
   verbundene 185  
 MBTI 76  
 Methode  
   statistische 211  
 Microsite 46  
 Mittelwert 209, 220  
 Multiautorensystem 28  
 Multivariate Testanordnung 233  
 Multivariate Testverfahren 230, 251  
   Übersicht 252  
 Myers, Isabel Briggs 76  
 Myers-Briggs 76  
 Myers-Briggs-Typindikator 76

**N**

Nachrichten-Feed  
   Kundenbindung 40  
 Navigation  
   auf Website 158

Neokortex 154  
 Neopallium 154  
 Netzgemeinschaft 28  
 Newsletter  
   Kundenbindung 39  
 Nielsen, Jakob 161  
 Normalverteilung 209  
 Norman, Don 80, 157  
 Nullhypothese 218  
 Nutzererfahrung 81, 279  
 Nutzergruppe 135  
 Nutzerorientierte Gestaltung 80  
 Nutzerrolle 85, 135  
 Nutzertyp 90

## O

Offline-Methode  
   zur Kundengewinnung 29  
 Off-Page-Faktor 351  
 Online-Marketing 23  
 Online-Methode  
   zur Kundengewinnung 25  
 On-Page-Faktor 351  
 Onsite-Suche 148  
 Opportunitätskosten 299  
 Optimierung 247  
   Abläufe 184  
   Elemente auswählen 181  
   Gewichtung 183  
   Grundlagen 229  
   Informationsarchitektur 182  
   Präsentation 182  
   Seitenstruktur 181  
   Testdauer 222  
 Optimierungselement  
   festlegen 314  
 Optimierungsmethode 229  
   A/B-Split-Test 248  
   auswählen 320  
   Checkliste 321  
   Multivariate Testverfahren 251  
   Übersicht 247  
 Optimierungstool  
   für Landing Pages 320  
 Outsourcing 298, 322

## P

Pareto-Prinzip 170  
 Pay-per-Click 26, 353  
 Permission Marketing 92  
 Persona 82  
   Einschränkungen 83  
   Nachteile 83

Persönlichkeitstyp 75  
 Pfadanalyse 146  
 Plackett, R. L. 263  
 Plackett-Burman 263  
 Platin-Regel 79  
 Point-of-Sale 30  
 PPC 26, 353  
 PR-Aktion 29  
 Präsentation  
   Testelemente 182  
 Preisbewertung 195  
 Preiselastizitätsmodell 196  
 Preisfindung  
   Stichprobentest 195  
 Preisgestaltung  
   qualitative Methoden 193  
   quantitative Methoden 194  
   testen 193  
   Testgrundlagen 194  
 Prinzip  
   empirisches 257  
 Problem  
   mit Landing Page 135  
   saisonbedingtes 339  
 Produktmanager 280  
 Programmierer 287  
 Promo-Code 30  
 Prozess  
   deterministischer 206  
   stochastischer 206  
 PU 63  
 Pyramide  
   umgekehrte 162

## Q

QS-Plan  
   erstellen 323  
   Übersicht 326  
 QS-Tester 288  
 Qualitätsfaktor 353  
 Qualitätssicherung 246, 323, 325  
 Qualitätssicherungstester 288  
 Quality Score 353

## R

R 53  
 Ranking-Algorithmus 350  
 Regel  
   empirische 210  
 Registrierung 121  
 RFS 62  
 RFT 62  
 Ries, Al 113

Risikominimierer 115

## S

Saisonabhängigkeit 32, 339  
 Satisficing 114  
 Schlüsselwort 25, 26  
     Relevanz 145  
 Schriftart 160  
 Schriftgröße 160  
 Segmentierung 70  
 Seitenelement  
     Auswahl 173  
     für Optimierung auswählen 181  
 Seitengestaltung  
     persönliche 191  
 Seitenlayout 166  
 Seitenstruktur  
     Testelemente 181  
 Selbstselektion 98  
 SFA 64  
 Sheldon, Frederick 89  
 Sicherheitszertifikat 234  
 Sichtbarer Bereich 141  
 Signifikanz 218  
     statistische 240  
 Signifikanzniveau 218  
 Simon, Herbert A. 91, 114  
 Sprache  
     Webanalyse 138  
 Staging Environment 329  
 Standardabweichung 209  
 Standardnormalverteilung 210  
 Statistik  
     angewandte 212  
     deskriptive 212, 230  
     inferenzielle 212, 230  
     mathematische 200  
 Statistische Versuchsplanung 252  
 Stichprobe  
     unausgewogene 201  
 Stichprobenerhebung  
     unausgewogene 242  
 Stichprobentest 195  
 Stochastischer Prozess 206  
 Störgröße 204  
 Störvariable 204  
 Struktur  
     Text 162  
 Studie  
     experimentelle 211  
 Suchfunktion 104  
 Suchmaschine 350  
 Suchmaschinenoptimierung 25, 144, 350

Suchmaschinen spider 144, 351  
 Suchraum 224, 233  
 Suggestivfrage 203  
 Systemadministrator 283

## T

Taguchi, Genichi 265  
 Taguchi-Methode 265  
 Team  
     zusammenstellen 307  
 Technik  
     Webanalyse 138  
 Teilfaktorplan 257  
     Nachteile 267  
     parametrischer 257  
     Überblick 259  
     Vorteile 267  
 Telefonverkauf 57  
 Testanordnung  
     feste 234  
     freie 233  
     multivariate 233  
 Testfragebogen 304  
 Testprogramm  
     beginnen 295  
     fremdvergeben 298  
 Testreihe 202  
 Testumfang 224  
 Testverfahren  
     Angebote testen 192  
     Entrümpelung 187  
     multivariates 230, 251  
     parametrische, multivariate 254  
     persönliche Gestaltung 191  
     Preisgestaltung 193  
 Testwerkzeug 320  
 Text  
     Anforderungen an 161  
     Format 165  
     Struktur 162  
     Wortwahl 163  
 Third-Party-Cookie 142  
 Throttling 239  
 Top-Ausgangsseite 146  
 Top-Eingangsseite 146  
 Transaktionsprozess 124  
 Trichteranalyse 146  
 Trout, Jack 113  
 t-Test 214  
 TU 62  
 TuningEngine 338  
 TuningEngine-Technologie 202, 270, 272  
     Nachteile 274  
     Vorteile 273

**U**

Überraschung  
 vermeiden 127  
 UC 62  
 Umfrage 152  
 Umgekehrte Pyramide 162  
 Unternehmensziel  
 definieren 305  
 Unterstreichung 160  
 Usability  
 Ziele 158  
 Usability-Bewertung 149  
 Usability-Test 81, 149  
 Fokusgruppen 150  
 User Experience 81, 279  
 UX 279  
 UX-Fachleute 279

**V**

Variable 230  
 abhängige 211, 230  
 diskrete 194, 231  
 in multivariaten Testverfahren 254  
 kontinuierliche 194  
 unabhängige 211, 230  
 Wechselwirkung 225  
 Varianz 209  
 VCAL 61  
 VCAS 59  
 VCNL 61  
 VCP 59, 61  
 Verallgemeinerung 203  
 Veranstaltung 30  
 Verfahrenswächter 293  
 Vergleichstest 222  
 Verhaltensmuster 75  
 Verknüpfung 161  
 Versuchsplan  
 schriftlicher 315  
 Übersicht 315  
 vollständiger, nicht-parametrischer 272  
 vollständiger, parametrischer 269  
 Verzweigungsgrad 232  
 Videowerbung 28  
 Voreingenommenheit 243

**W**

Wahrscheinlichkeitstheorie 205  
 Webanalyse  
 Besucher 137  
 Besucheranalyse 142  
 Conversion-Ziel 147

Datenströme 170  
 Inhalt 146  
 Landkarte 137  
 Sprachen 138  
 Technik 138  
 Webanalyse-Software 70, 137  
 Bericht 187  
 Berichtsvorlagen 71  
 Data-Mining 71  
 dynamische Content-Präsentation 71  
 Webmaster 282  
 Website  
 bewerten 35  
 detaillierte 109  
 Eigenschaften für Tests 22  
 Inhalte 48  
 vergleichende 108  
 Website Optimizer Authorized Consultant  
 357  
 Wechselwirkung  
 bei Variablen 225  
 betrachten 337  
 negative 225  
 positive 225  
 prüfen 326  
 Werbeanzeige 29  
 Werbespot 29  
 Werbetexter 285  
 Werbeträger 30  
 Wert 231  
 WOAC *siehe* Website Optimizer Authorized  
 Consultant  
 Wortwahl  
 Text 163

**Z**

Zeilenlänge 160  
 Zeitaufwand 114  
 Zeitreihenanalyse 206  
 Zentraler Grenzwertsatz 210  
 Zielgruppe  
 segmentieren 178  
 Veränderlichkeit 72  
 Veränderung 242  
 Verhaltensmuster 75  
 Zielgruppenanalyse 68  
 Zufallsvariable 205  
 Zugänglichkeit  
 Informationen 159  
 Zusicherung 129  
 Z-Wert 216