

Springer Gabler

2.
Auflage

2. Aufl. 2021, XXI, 323 S.
372 Abb., 1 Abb. in Farbe.
Mit Überarb. u. erw..

Gedrucktes Buch

Softcover

Gedrucktes Buch

Softcover

ISBN 978-3-658-32254-0

£ 37,99 | CHF 50,00 | 42,05 € |

46,25 € (A) | 44,99 € (D)

lieferbar

Rabattgruppe

Standard (0)

Produktkategorie

Fachbuch

Betriebswirtschaftslehre : Online Marketing/Social Media

Spreer, Philipp

PsyConversion®

117 Behavior Patterns für eine noch bessere User Experience und höhere Conversion-Rate im E-Commerce

- 117 Verhaltensmuster zur Optimierung der User Experience und Conversion-Rate im E-Commerce
- Über 380 Umsetzungsbeispiele und Konzeptideen für einen direkten Uplift
- Wissenschaftlich fundiert, verständlich geschrieben und anwendungsorientiert dargestellt

Dieses Buch bietet 117 konkret anwendbare Behavior Patterns für eine bessere User Experience und Conversion-Rate entlang der Customer Journey. Der Autor erläutert, wie Menschen entscheiden, welche unbewussten Verhaltensmuster sie dabei nutzen und wie diese im Digital Marketing angesprochen werden können. Die Wissenschaft ist sich heute einig, dass unser Gehirn mit zwei Systemen arbeitet: einem emotional-intuitiven und einem rationalen Entscheidungssystem. Das rationale System wird im E-Commerce mit ausreichend Argumenten versorgt, es fällt aber nur rund 5% aller Entscheidungen! Die übrigen 95% des Kundengehirns werden bislang sträflich vernachlässigt. Dort werden Entscheidungen auf Basis tief verankerter, unbewusster Verhaltensmuster gefällt – der sogenannten „Behavior Patterns“. Das Wissen um Behavior Patterns ermöglicht es, das Online-Kundenverhalten endlich tiefgreifend zu verstehen. Das offenbart die Chance, die User Experience und einschlägige Business-Kennzahlen wie die Conversion Rate gezielt zu optimieren. Der Inhalt Das sind Behavior Patterns und so lassen sie sich im Digital-Umfeld nutzen So verbessern Sie die User Experience und Ihre Conversion Rate Bibliothek von 117 Behavior Patterns von der Awareness- bis zur Retention-Phase Das Framework zur Identifikation passender Behavior Patterns Ethisch-moralische Grenzen des Einsatzes Die zweite Auflage wurde vollständig aktualisiert sowie um 17 Behavior Patterns erweitert. Mit einem Gastbeitrag von Joachim Stalph, Principal Consultant bei elabotarium und Experte auf dem Gebiet datenbasierter Nutzeransprache. Leserstimmen „Macht signifikante Performance-Steigerungen möglich.“ Stefan Lein, Director Retail Google „Das perfekte Update für unser Online-Marketing.“ Dr. Matthias Wilken, Leiter Channel Management bei Allianz „Brilliantes Buch!“ Dr. Thilo Pfrang, Founder von Behamics AG St. Gallen „Großartige Übersicht und die beste Einordnung von Verhaltensmustern im Marketing.“

Bestellen Sie online unter springer.com/booksellers

Springer Nature Customer Service Center GmbH

Customer Service

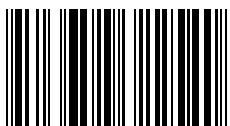
Tiergartenstrasse 15-17

69121 Heidelberg

Germany

T: +49 (0)6221 345-4301

row-booksellers@springernature.com



ISBN 978-3-658-32254-0 / BIC: KJS / SPRINGER NATURE: SC513010

€ (D) sind gebundene Ladenpreise in Deutschland und enthalten 7 % für Printprodukte bzw. 19 % MwSt. für elektronische Produkte. € (A) sind gebundene Ladenpreise in Österreich und enthalten 10 % für Printprodukte bzw. 20% MwSt. für elektronische Produkte. Die mit * gekennzeichneten Preise sind unverbindliche Preisempfehlungen und enthalten die landesübliche MwSt. Preisänderungen und Irrtümer vorbehalten.

Part of **SPRINGER NATURE**