

## Pressemitteilung

**Studie belegt: 94 Prozent der Unternehmen haben mit CRO-Initiativen die Kundenzufriedenheit erhöht**

**Köln, 19. Juni 2018. 94 Prozent der Unternehmen haben durch ihre CRO (Conversion Rate Optimization)-Aktivitäten die Kundenzufriedenheit erhöht. Dies geht aus einer heute veröffentlichten Studie „Maximize Customer Value Through Strategic Conversion Rate Optimization“ hervor, die Forrester Consulting im Auftrag von AB Tasty durchgeführt hat. Die Studie untersucht die Organisation, den Prozess, die Vorteile und die Herausforderungen bei der Implementierung von Conversion-Rate-Optimierungsprogrammen. So konnten zukunftsorientierte Unternehmen identifiziert werden, die den höchsten ROI aus diesen Programmen erzielt haben.**

Im April 2018 führte Forrester Consulting eine Erhebung bei 163 User-Experience- und CRO-Entscheidungsträgern in den USA, Großbritannien und Frankreich durch. Befragt wurden Vertreter aus den Bereichen Finanzdienstleistungen/Versicherungen, Medien, Einzelhandel/ eCommerce, eServices, Touristik und Gastgewerbe. Die Interviewten sollten wesentliche Aspekte der CRO-Methoden ihrer Unternehmen beschreiben.

Vorausschauende Unternehmen sind für Forrester solche, die mit einem Center-of-Excellence-Team (20 Prozent aller Befragten) und/oder mit einem stark formalisierten Prozess im gesamten CRO-Programm (23 Prozent aller Befragten) arbeiten. Diese „insights-driven“ Unternehmen weisen bessere CRO-Ergebnisse als ihre Kollegen auf. Dazu gehören Bereiche wie der durchschnittliche Besucherwert, der lebenslange Kundenwert, der durchschnittliche Bestellwert und standortbasierte Conversion, die mit der App verbrachte Zeit, Suchoptimierung und die Registrierung.

Neben den Auswirkungen auf den Umsatz hat die Studie den Einfluss von CRO-Programmen auf die Kundenzufriedenheit aufgezeigt: Die Befragten sollten die Verbesserung quantifizieren. 43 Prozent von ihnen sagten, dass sie die Kundenzufriedenheit um elf oder mehr Prozent steigern konnten.

„Dass CRO-Programme einen direkten positiven Einfluss auf das Kundenerlebnis haben, ist der Kern der unternehmerischen Idee von AB Tasty: Ein starkes Geschäftsmodell beginnt und endet beim Kunden“, erklärt Alix de Sagazan, Mitbegründerin und CEO von AB Tasty, eines Unternehmens mit einer All-in-One-CRO-Plattform gleichen Namens. „Marketingfachleute, UX-Designer und CRO-Experten sollen wissen, dass die Verbesserung der Kundenerfahrung zu mehr Interaktionen und damit zu optimalen Ergebnissen führt. Kurzer ROI und verbesserte Kundenzufriedenheit gehen für uns Hand in Hand. Diese Idee haben wir in unserem Tool und in unseren Beratungsleistungen umgesetzt.“

Weitere Ergebnisse der Studie:

- Die größte Herausforderung für Unternehmen im Bereich CRO besteht darin, dass ihre Technologie nicht ausreichend integriert ist. 33 Prozent aller Befragten gaben an, dies sei eine Herausforderung.
- Firmen testen nicht ausreichend: Nur 48 Prozent der Unternehmen experimentieren mit der CRO-Technik.
- 83 Prozent der Unternehmen planen, die Gesamtausgaben für CRO in den nächsten zwölf Monaten zu steigern, 85 Prozent wollen insbesondere die Ausgaben für CRO-Technologie erhöhen.



- Führende Unternehmen konzentrieren ihre Ausgaben jedoch auf das Fachwissen und die Qualifikationen, die erforderlich sind, um CRO-Programme auf die gewünschten Geschäftsergebnisse auszurichten.

Die vollständige Studie ist über [diesen Link](#) verfügbar.

### **Über AB Tasty**

AB Tasty ist Europas führende All-In-One Conversion Optimierung. Die Komplettlösung richtet sich an Anbieter von E-Commerce-Shops oder anderer besucherstarker Webseiten, die einen flexiblen, datengetriebenen Ansatz verfolgen und die Konversionsraten steigern wollen. Der intuitive WYSIWYG Editor, vielfältige Targeting-Optionen und innovative statistische Methoden ermöglichen effektives Testen, eine personalisierte Ansprache sowie optimierte Kundeninteraktion für C-Commerce Verantwortliche und Online-Marketer. AB Tasty ist für Websites, responsive Sites und native Apps erhältlich. Zu den rund 350 Kunden von AB Tasty zählen bekannte Namen der französischen und internationalen Internet-Wirtschaft, die von aktuell 120 Mitarbeitern an Standorten in Paris, Köln London, Madrid, New York und Sydney betreut werden.

### **Unternehmenskontakt**

Sonia Höfs, Marketing Manager DACH,  
[sonia@abtasty.com](mailto:sonia@abtasty.com), +49 221 9204 2043

### **Presse**

Sympra GmbH (GPRA), Arno Laxy  
[arno.laxy@sympra.de](mailto:arno.laxy@sympra.de), 089/15 92 96 76, 0171/93 28 677