

elaboratum

NEW COMMERCE CONSULTING

Studie: PsyConversion!

Analyse digitaler Verhaltensmuster von Versicherungs- und Finanzdienstleistungskunden

Besucher mit kaufpsychologischen Insights verstehen und gezielt lenken

Rouven Klein, 29.11.2017



Digitale Verhaltensmuster? Behaviour Patterns!

Digitale Verhaltensmuster? Behaviour Patterns!



Variante A

VS



Variante B

Behaviour

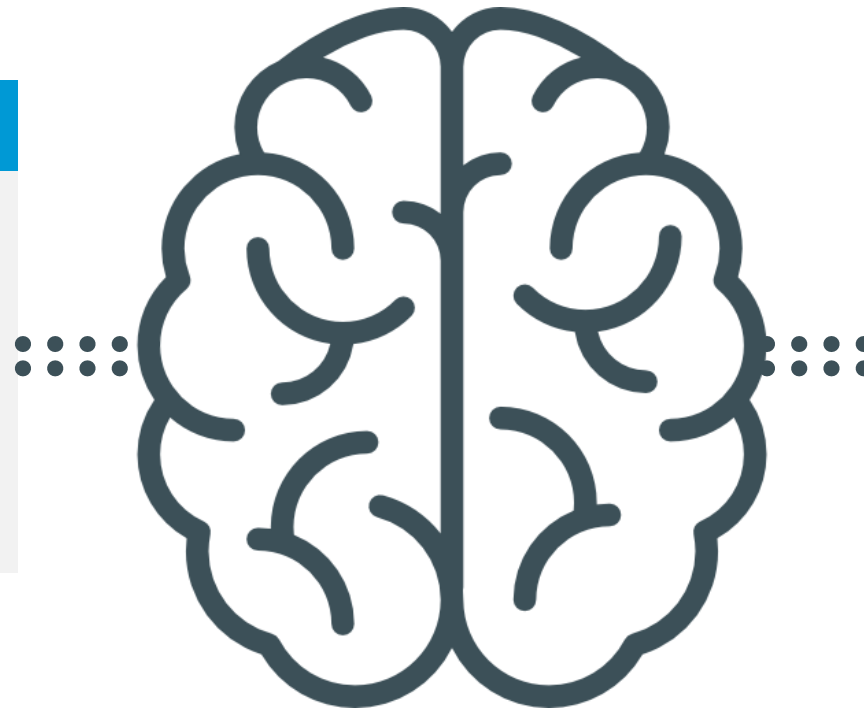
**Damit ein Verhalten zustande kommt,
müssen Informationen verarbeitet werden!**

Zwei Systeme bestimmen unser Denken – *das intuitive System 1 ist anfällig für Fehler.*

System 1 - unbewusst

- Schnell
- Automatisch
- Mühelos

- *Intuitive, alltägliche Entscheidungen*
- *Anfällig für Fehler*



System 2 - bewusst

- Langsam
- Anstrengend
- Erfordert Aufmerksamkeit

- *Wird für komplexe Entscheidungen genutzt*

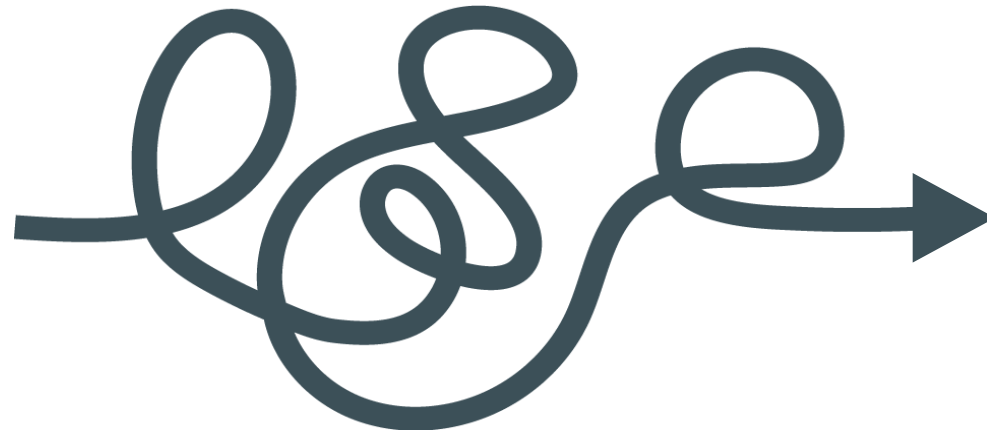
System 1 - schnell und einfach

$$5 + 5 = \dots$$

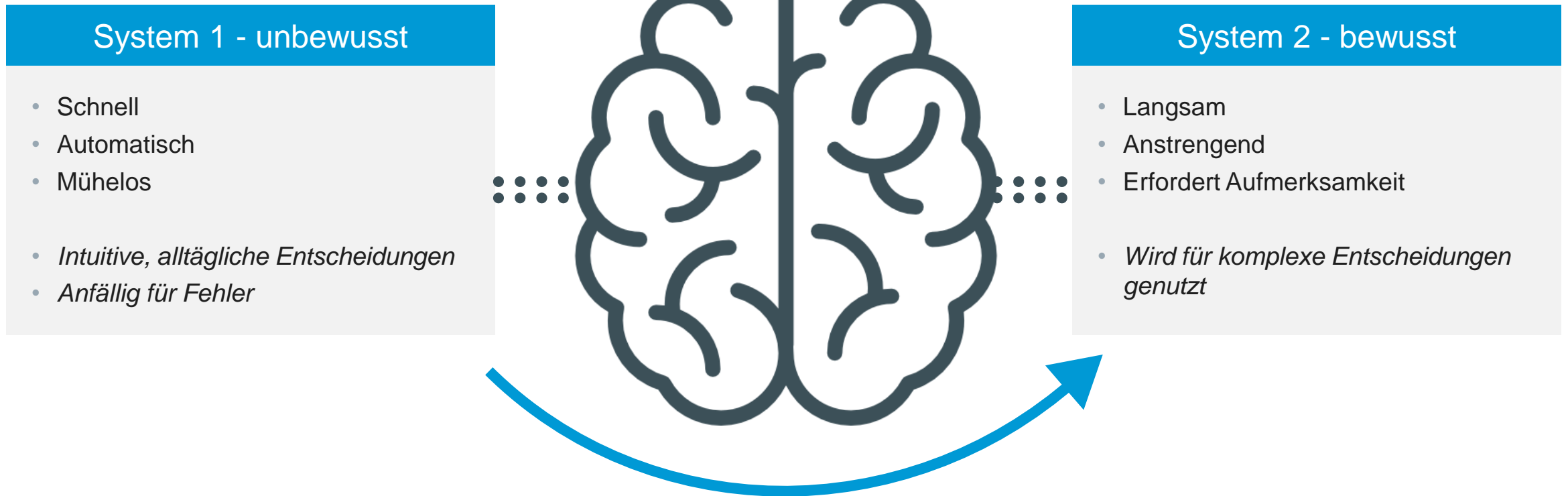


System 2 - „langsam“ und anstrengend

$$(x + (1,00 \text{ €} + x)) = 1,10 \text{ €}$$



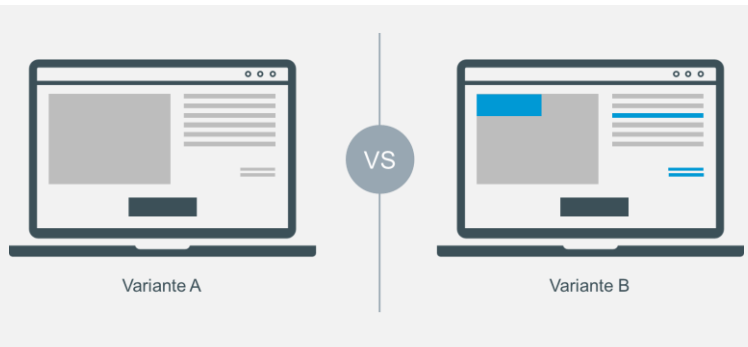
Zwei Systeme bestimmen unser Denken – *das intuitive System 1 ist anfällig für Fehler.*



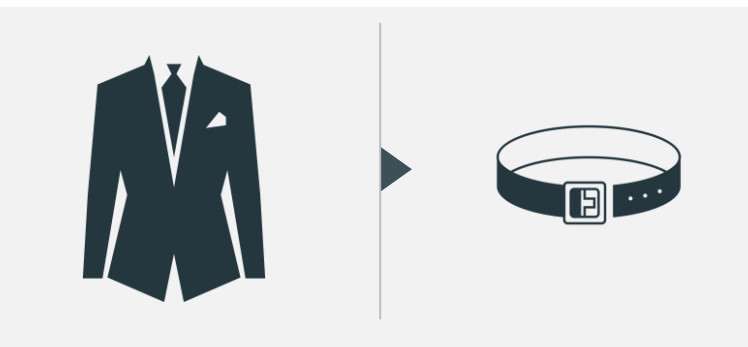
Unsere Studie zeigt, welches Potential in der Anwendung von Behaviour Patterns steckt!

Ausgangslage

Website- und Usability Optimierung sind Standard im E-Commerce



Kognitive Verhaltensmuster sind Standard in Werbung und Verkauf



Zielsetzung



Behaviour Patterns als Verknüpfung von bekannten kognitiven Verhaltensweisen und klassischer Conversion Optimierung

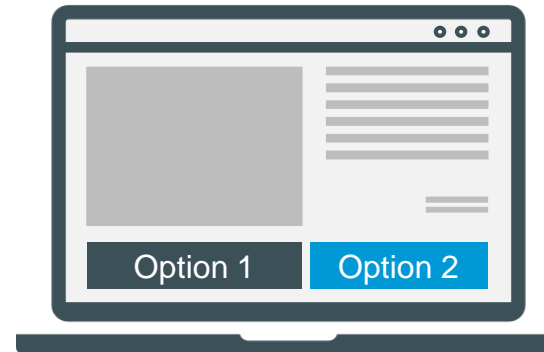
Behaviour Patterns können in allen Phasen der Customer Journey angewandt werden.

Pattern Beispiel: Social Proof



Bei Unsicherheit orientiert sich der Mensch gerne am Verhalten anderer, vermeintlich ähnlicher Personen. Durch z.B. Produktbewertungen steigt also die Kaufwahrscheinlichkeit.

Pattern Beispiel: Hobson's Choice +1



Anstatt nur einer Option (Kaufen oder nicht kaufen) wird eine alternative Option hinzugefügt, so dass die Nutzer eher zwischen den beiden Optionen abwägen anstatt an „Nicht-kaufen“ zu denken.


*In der
elaboratum
Pattern
Library finden
sich über 200
Behaviour
Patterns.*


Verschiedene Versicherungswebseiten werden mit Behaviour Patterns optimiert und anschließend A/B getestet.

 Research


Behaviour Patterns (203)

- 
- 
- 

 A/B Testing

 Variante A

vs

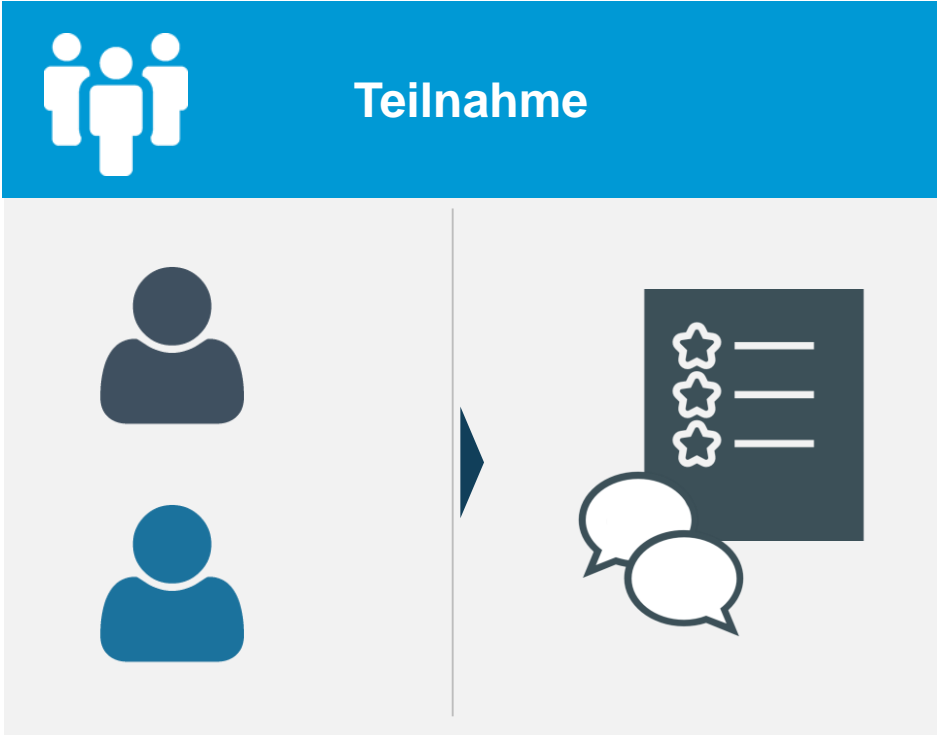
 Variante B



Mit Behaviour Patterns lassen sich User Experience und Conversion Rate positiv beeinflussen – wenn man weiß wie.

- **Die Wirkung von Behaviour Patterns ist so individuell wie der Mensch selbst.** Unternehmen die Behaviour Patterns einsetzen wollen, müssen also vorher genau Ihre Zielgruppe kennen lernen (und zwar weit über sozio-demographische Merkmale oder die Order History hinaus, z.B. Limbic Types).
- **Der Kontext definiert die Wirkung von Behaviour Patterns.** Die Marke der Versicherung, der Seitentyp, das Produkt, die Zusammensetzung der Nutzer und deren Umweltfaktoren beeinflussen die Wirkung massiv.
- **Behaviour Patterns wirken im Verbund.** Sie können sich gegenseitig verstärken oder abschwächen. Es existieren zwar gängige Konstellationen, die sich im Verbund als besonders effektiv erwiesen haben, diese können jedoch wiederum nicht losgelöst von den Kontextfaktoren bewertet werden.

Werden Sie mit Ihrem Unternehmen Teil der Studie – wir laden Sie ein!



...
*Evoking
Freedom*

**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit.**

Die PsyConversion-Studie erscheint
Anfang 2018.



elaboratum GmbH – NEW COMMERCE CONSULTING
Kaflerstraße 2
81241 München

Rouven Klein
Telefon +49.89.244 128-717
rouven.klein@elaboratum.de