

CASE STUDY | BUNDESVERBAND DEUTSCHER UNTERNEHMENSBERATER BDU e. V.

BDU erzielt eine Steigerung der Klickrate um +40 %
und verbessert die User Experience –
ganz ohne den Einsatz von Cookies

AUSGANGSLAGE

Die Suche nach einem Analysetool für die Website des BDU war mit hohen Anforderungen verbunden. Datenschutzaspekte schlossen den Einsatz gängiger Tools wie Google Analytics aus. Vor allem Mitglieder und Interessierte besuchen die Website. Neukundenakquise im klassischen Sinne wird bei dem Verein nicht betrieben.

Da der BDU auch Software-Empfehlungen ausspricht, war es wichtig, dass das gewählte Tool auch Mitgliedsunternehmen einen großen Mehrwert bieten kann.

Die Wahl fiel schnell auf WiredMinds – aufgrund der vielfältigen Analysemöglichkeiten und des hohen Maßes an Datenschutz.

HERAUSFORDERUNG

 User Experience steigern

 Bedürfnisse der Besucher verstehen

Im Rahmen der Website-Optimierung wollte der BDU Websitebesucher besser verstehen. Zusätzlich sollten Erkenntnisse über Usability, User Experience und Relevanz des Website-Contents gewinnen.

Ein weiterer Anspruch des BDU: Bei Tracking und Analyse sollte komplett auf Third-Party-Cookies und der damit verpflichteten Abfrage des Websitebesuchers verzichtet werden.

ERZIELTE ERFOLGE

+40%

Steigerung
der Klickrate

+90%

längere
Time on Site

-80%

gesunkene
Absprungrate

10.000

analysierte
Downloads pro Jahr

DAS UNTERNEHMEN

Bundesverband deutscher
Unternehmensberater BDU e. V.

Kundensegment: B2B

Mitarbeiter: 12

Kunde seit: 2014

Im Gespräch: Timor Krimmel,
Digitale Projekte & SEO

Der BDU vertritt die deutsche
Consultingwirtschaft mit ihren
bundesweit mehr als
33,8 Mrd. Euro Umsatz und über
150.000 Mitarbeitern.

Die Mission: Die ständige
Verbesserung dieser für die
deutsche Wirtschaft bedeutenden
Dienstleistung und Sicherstellung
des hohen Qualitätsniveaus
unserer Mitgliedsunternehmen.

UMSETZUNG

In der Websiteanalyse ist es dem BDU besonders wichtig eine kontinuierliche Analyse und Optimierung anzustreben. LeadLab speichert die Bewegungsdaten der Besucher 24 Monate, damit sind auch Vergleiche über Monate und Jahre möglich, um z.B. Jahresmessen zu vergleichen.

Optimierung anhand solider Kennzahlen

Jede Optimierung der Website konnte fortlaufend mit Kennzahlen wie Besucherzahlen, Verweildauer und Absprungraten verifiziert werden.

Gestützt werden die Marketing-Maßnahmen durch die bisher unbekannt Informationen über Branchen und Zielgruppen.

Automatisierte, individuelle Reportings

Einmal im Monat wird ein Online-Marketing-Update erstellt und an das Präsidium versendet. Die Daten geben Aufschluss darüber welcher Web-Content relevant ist, optimiert werden muss und welche Änderungen erfolgreich waren.

EINSATZ-SZENARIEN

Heatmap für verbesserte User Experience

Mit Hilfe der Heatmap wird jede einzelne Seite hinsichtlich der Klicks analysiert. Schnell erkannte man, dass die Menü-Struktur nicht jeden User optimal führt.

Nach einer Umstellung des Menüs wurde die Verbesserung über eine erneute Heatmap bestätigt.

Search Analysis für besseren Content

Erkenntnisse aus der internen Suche unterstützen fortlaufend die Contentoptimierung. Ein Beispiel:

Besucher suchten 2018 auf der BDU Website verstärkt nach DSGVO-Themen. Durch die Analyse der Suchphrasen konnte der Informationsbedarf erkannt werden. Zeitnah wurde die Website mit passendem Content rund um die neue Verordnung gedeckt.

"Dies dient nicht zuletzt auch der Nutzerzufriedenheit der Mitglieder, da auf Fragen auch zeitnah antworten geliefert wurden.", so Krimmel.

"LeadLab erfüllt all unsere Anforderungen an die Websiteanalyse. Dabei ist WiredMinds der Garant für Datenschutz und Datensicherheit."



Timor Krimmel
Digitale Projekte & SEO



WARUM LEADLAB?

LeadLab grenzte sich von anderen Anbietern ab durch:

- ✓ Individuelle Datenansichten und vielfältige Analyseoptionen
- ✓ Tracking ohne Cookies möglich
- ✓ Zuordnung der Klicks zu den Besuchern möglich
- ✓ Sehr guter Service und persönlicher Support
- ✓ Erfüllung hoher Anforderungen an Datenschutz und Datensicherheit