

Conversion Snacks

Teil 3

Analyse von Produktlisten- und Kategorieseiten

6. Mai 2021



CONTENTSQUARE

Generelle Empfehlungen zum Aufbau von PLPs

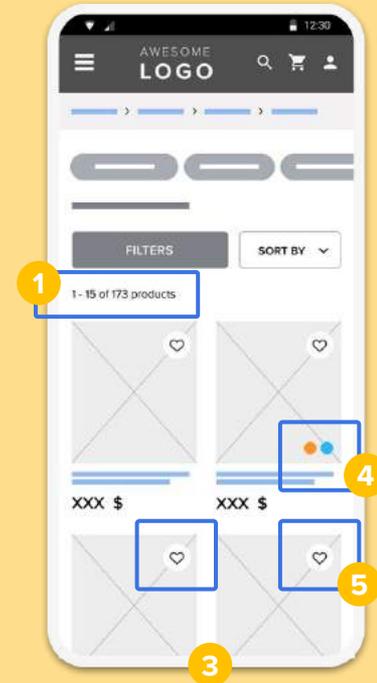
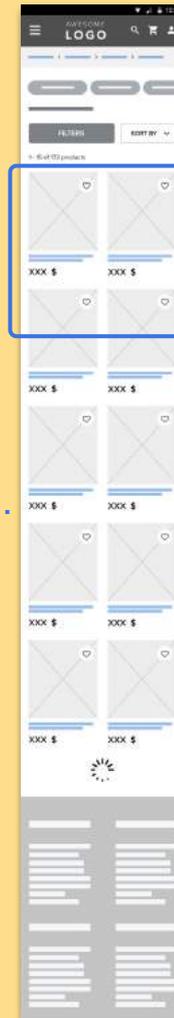


CONTENTSQUARE

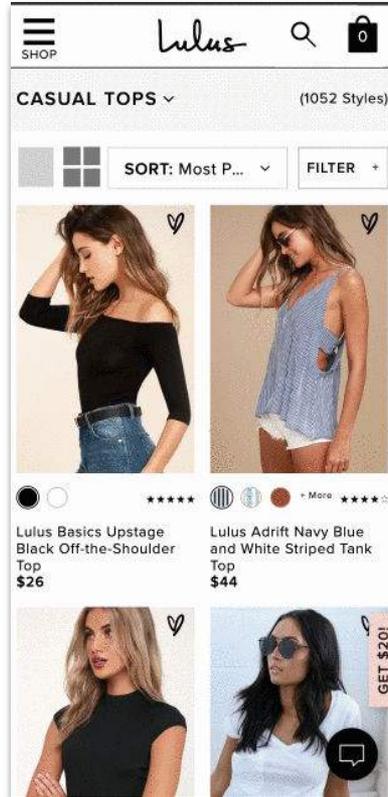


1. EINE ATTRAKTIVE PRODUKTLISTE ERSTELLEN

- 1 **Angabe der gesamten Produktergebnisse** und der Anzahl aktuell sichtbarer Produkte für den Kunde.
- 2 Sicherstellen, dass die **erste Produktreihe vollständig sichtbar** ist.
- 3 Die nächste Produktreihe nur teilweise anzeigen, damit der Kunde **zum Weiterscrollen animiert** wird.
- 4 Kleine **Farbfelder** für jedes Produkt verwenden, damit der Kunde verschiedene **Produktoptionen** ansehen kann.
- 5 Den Kunden die Option geben, **beliebige Produkte** mit einem **Herz-Button** zu ihren **Favoriten** oder ihrer **Wunschliste** hinzuzufügen.



Benchmark - Farboptionen

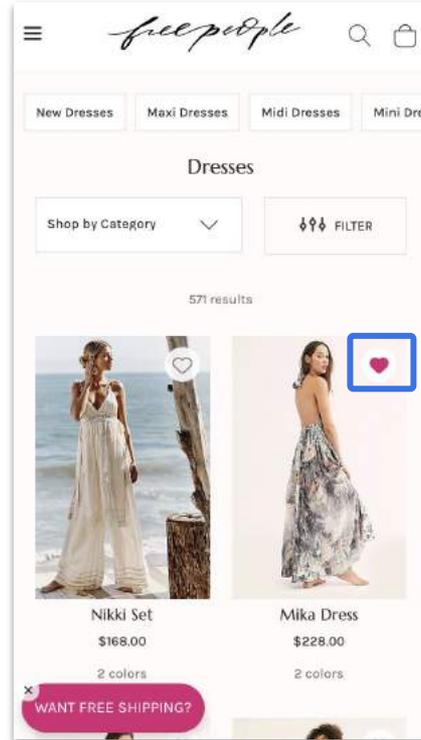
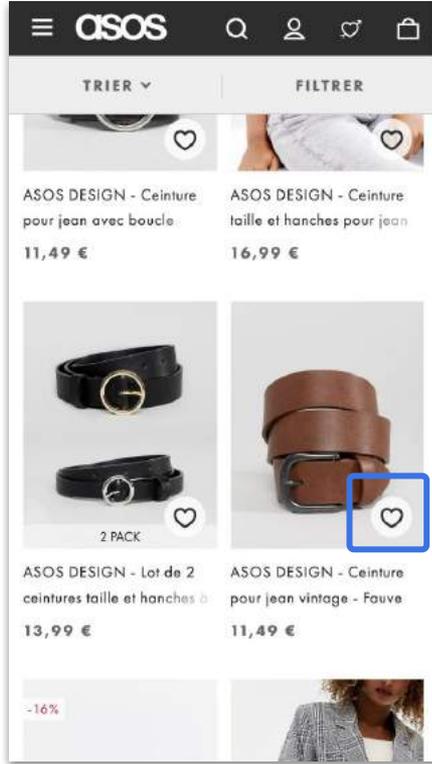


[Lulus / PLP](#)

Lulus

Andere Farboptionen eines Produktes sollten unterhalb des Bildes sichtbar sein, um den Kunden zu zeigen, dass es mehrere Farboptionen gibt und wie diese aussehen.

Benchmark - Favorites

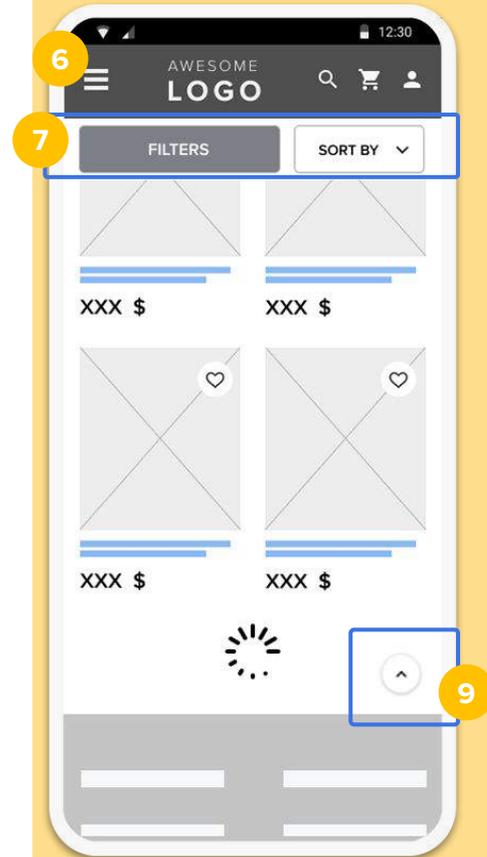


Free People

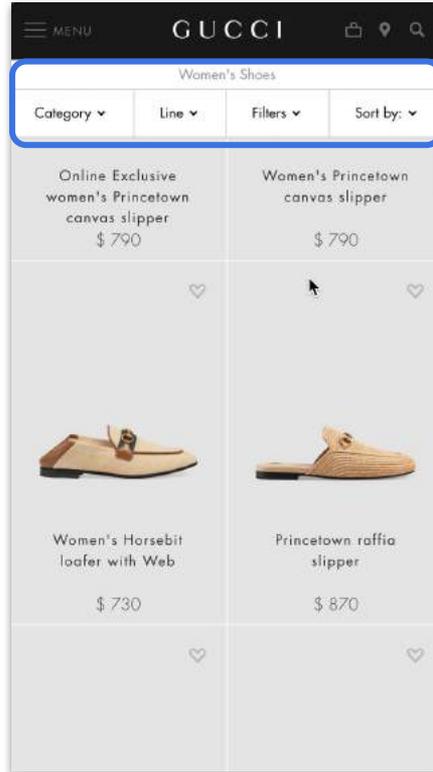
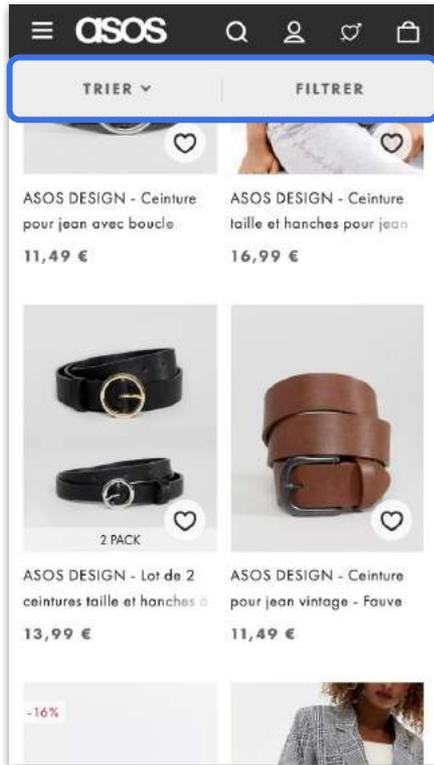
Kunden können etwas zu ihrer Wunschliste hinzufügen, ohne eine Größenauswahl auf der PLP treffen zu müssen.

2. SICHTBARKEIT DER FILTER UND EINFACHE NAVIGATION

- 6 Sicherstellen, dass das allgemeine **Navigationsmenü sticky** und jederzeit **sichtbar** ist.
- 7 **Filter- und Sortierfunktion am Seitenanfang** anzeigen, die beim Weiterscrollen **nicht verschwindet**.
- 8 Einen Kategorie-Dropdown oder einen horizontalen Slider mit **verwandten Kategorien/Unterkategorien** anbieten.
- 9 Einen **"Zurück zum Anfang"-Button** zur Verfügung stellen, wenn ein Kunde weiter nach unten scrollt. Insbesondere bei einer PLP mit unendlichem Scrollen.



Benchmarks - Sticky-Filter



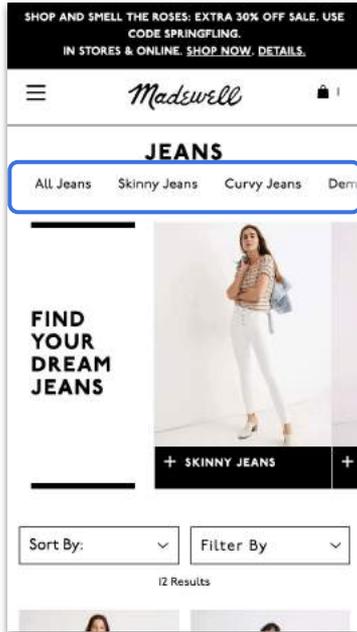
Gucci

Die Filteroptionen und der Sortieren-Dropdown bleiben sticky.

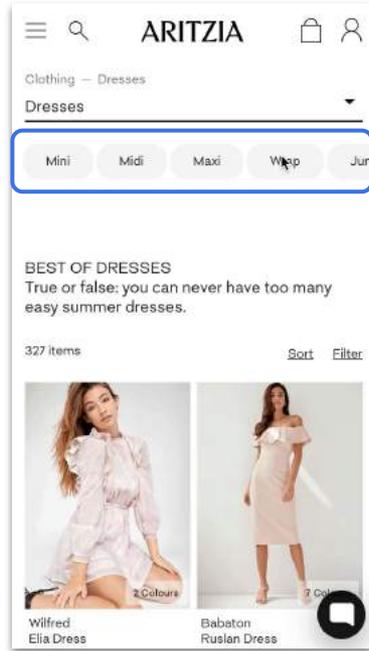
Zwei wichtige Filter bleiben sichtbar, während andere hinter dem Filter-Dropdown verborgen sind.

Der Filter ist auffälliger, da er eine andere Hintergrundfarbe als die Produktliste verwendet.

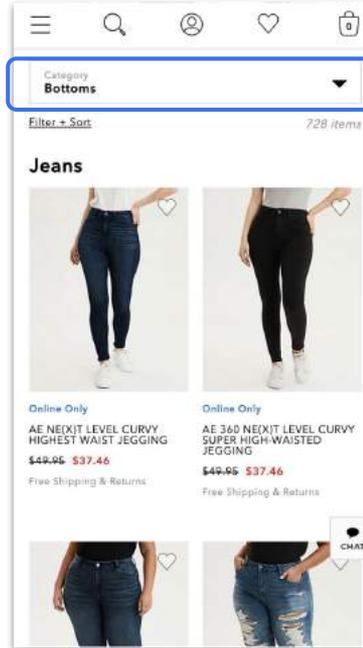
Benchmark - Unterkategorie-Navigation



[Madewell / PLP](#)



[Aritzia / PLP](#)



[American Eagle / PLP](#)

Madewell & Aritzia

Es wird ein horizontaler Slider für Unterkategorien innerhalb einer Oberkategorie verwendet. Dieser Slider wird oberhalb der Produktaufstellungen angezeigt, um einfacher filtern und navigieren zu können.

American Eagle

Ein Dropdownmenü ist eine Alternative, um ähnliche oder untergeordnete Kategorien von einer Oberkategorie auf der PLP anzubieten.

Die Analyse-Methodologie



IPPOCA

INTERFACE

Interface umfasst die **Seiten und Gerätetypen** auf die wir uns fokussieren.

PERIOD

Period ist der **Zeitraum** der Analyse.

POPULATION

Populations sind die **Besucher*Innen/Segmente** auf die wir uns fokussieren..

OBJECTIVE

Objectives sind die **Ziele (auch Zwischenziele)** von jeder untersuchten Seite.

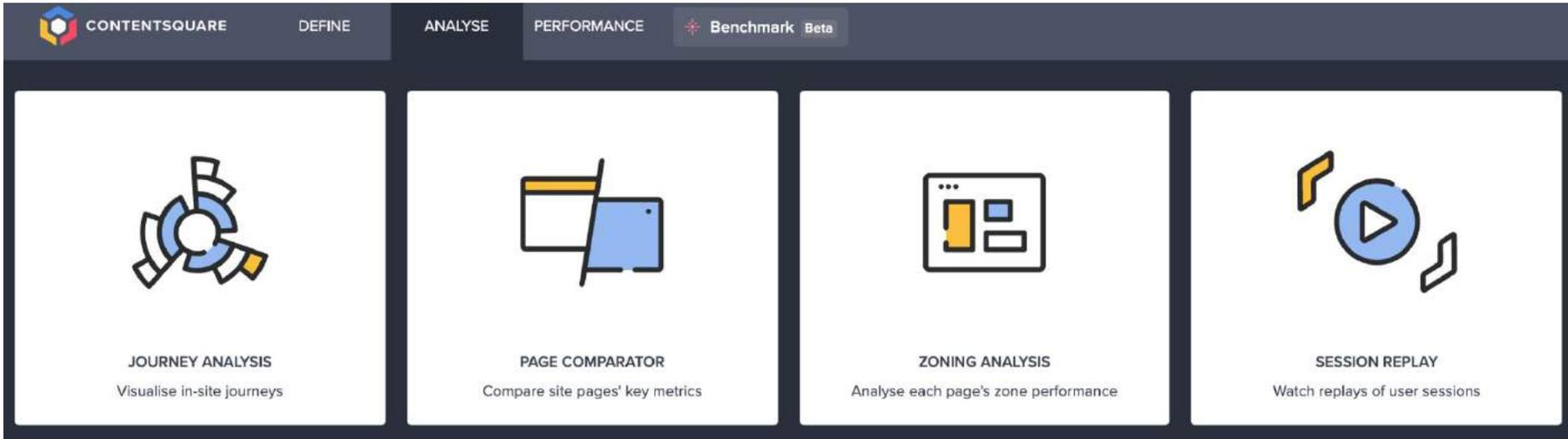
COMPARISON

Comparison ist der Prozess des **Vergleichens wie erfolgreich** die gewählten Segmente im Bezug auf die Ziele in einem ausgewählten Zeitraum sind.

ACTION

Action beinhaltet **die tatsächliche, daten-getriebene Veränderung** der Seiten, um eine Verbesserung der zu erreichen.

Wie starte ich die Analyse?



The screenshot shows the ContentSquare navigation menu with the following structure:

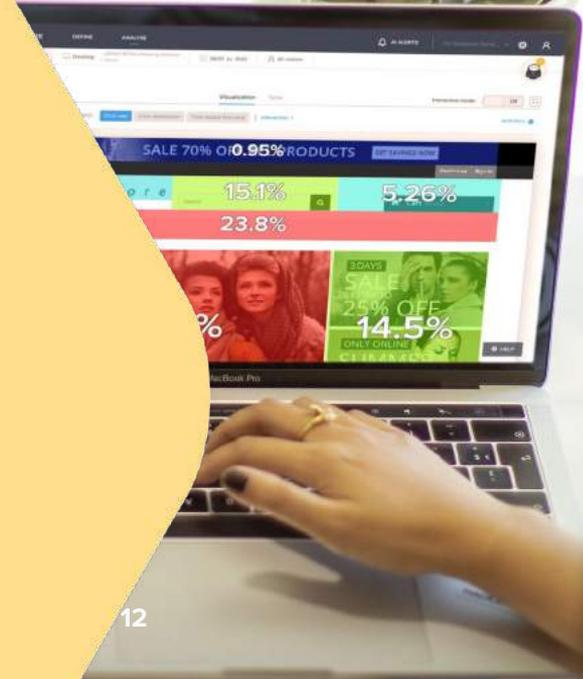
- CONTENTSQUARE
- DEFINE
- ANALYSE**
- PERFORMANCE
- Benchmark Beta

Under the 'ANALYSE' section, there are four main options:

- JOURNEY ANALYSIS**
Visualise in-site journeys
- PAGE COMPARATOR**
Compare site pages' key metrics
- ZONING ANALYSIS**
Analyse each page's zone performance
- SESSION REPLAY**
Watch replays of user sessions



PLP - Filter Analyse



CONTENTSQUARE



Exposing key filters - interaction

15th August - 14th September (30 days)

Attractiveness rate mirrors the time before first click.

With higher engagement comes higher likelihood to purchase.



Time before first click



Conversion rate per click



Exposing key filters

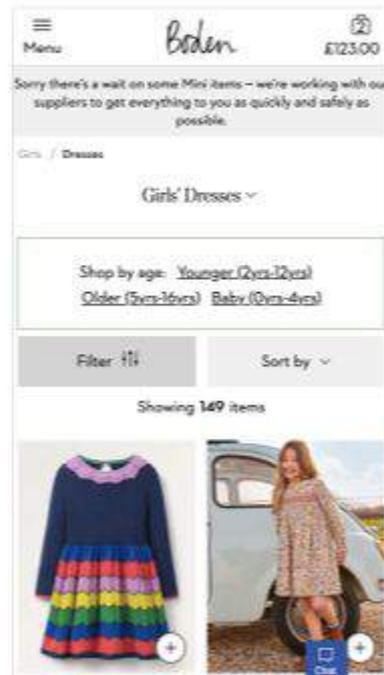
Details

- **Experience**

Exposing size filter for key categories.

- **Behaviour**

User navigates to PLP page and interacts with the exposed links to understand availability of product in their/their children's size.



Results

- Between **3-5%** click rate outside of peak periods.
- Conversion rate per click is comparable to core filters on site.
- Time before first click is lower than other areas of the page.

Visual filter/navigation - interaction

15th August - 14th September (30 days)

Average time spent on page was $\frac{1}{3}$ less than other PLPs

As a visual filter this experience had double the engagement rate of the native filter.



Click rate



Visual filter/navigation

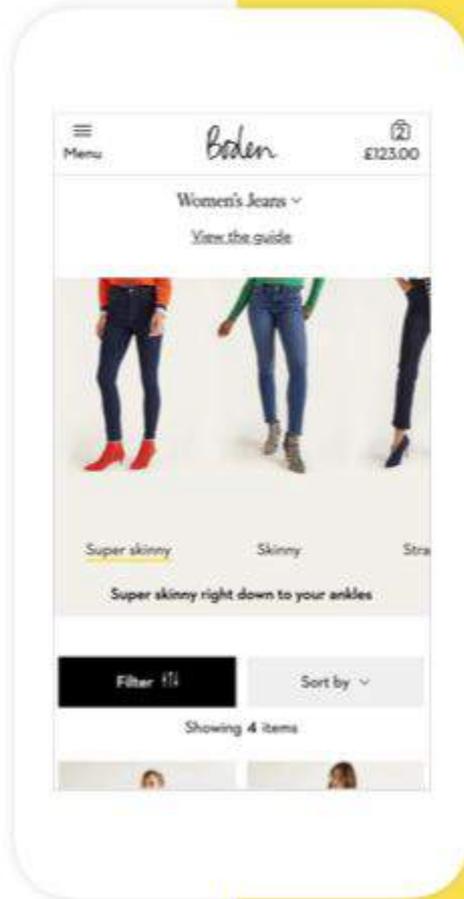
Details

- **Experience**

Women's Jeans, visual fit filter on Jeans PLP.

- **Behaviour**

User navigates to the Jeans page and are offered a carousel of jean styles. On clicking they are given further description about the fit of the style and rolled down to the listings.



Results

- Visits to PDP up by **2.4%** across devices.
- **26%** lift in revenue per visit.

Analyse einer Kategorie-Seite



CONTENTSQUARE

Das Problem

FREE SHIPPING ON \$40 SHOP NOW » DETAILS REFER A FRIEND GET 10% OFF »

FIND A REPRESENTATIVE BECOME A REPRESENTATIVE SIGN IN PRODUCT # ESPAÑOL *Blog*

AVON

SHOP 100% ES SALE 100% ALS 100% 100% 100% 100% 100%

Free Ultimate Supreme Dual Elxir sample with any makeup or skin care purchase.

Makeup

Shop At 100%

CATEGORIES

- Eyes 100%
- Lips 100%
- Face 100%
- Nails 99.4%
- Tools & Brushes 99.4%

FEATURES

- What's New 93.6%
- Top Rated 89.2%
- Gift & Value 84.7%
- Sales & Sp. 79.6%
- How to Co-highlight 79.0%
- Mascara G. 77.1%
- Makeup Brushes 75.9%
- Beauty Expert Tips 65.6%

lipmania!

100%

12 NEW Lip Gloss Scents
130+ Shades 6 Finishes

5 for \$20

100% SHOP NOW

Makeup Best Sellers

SHOP BY PRODUCT BROCHURE » 58.0%

SHOP BY PRODUCT NUMBER » 41.4%

49.7%

- mark, By Avon Pout Velvet Lip Paint ★★★★★ (19)
- Avon True Color Flawless Cream-to-Powder Foundation ★★★★★ (134)
- Avon True Color Nourishing Lipstick ★★★★★ (83)
- Anew Age-Transforming 2-in-1 Compact Foundation ★★★★★ (397)

EXPOSURE RATE:

**50% der Besucher:
Scrollen nicht,
sehen keine
Produkte**

FOLD LINE

Die Analyse

CVR RATE PER CLICK



ATTRACTIVENESS RATE



FOLD LINE

Hohe
CONVERSION RATE
pro Click des
Produktkarussells

Und gleichzeitig
hohe
ATTRAKTIVITÄT
des Karussells

CONTROL

FREE SHIPPING ON \$40 SHOP NOW + DETAILS REFER A FRIEND GET 10% OFF +

FIND A REPRESENTATIVE BECOME A REPRESENTATIVE SIGN IN PRODUCT + ESPAÑOL *Blog*

AVON

SHOP CATEGORIES SALES & SPECIALS NEW & NOW WELLNESS HOW-TO'S CAUSES BROCHURES

Free Ultimate Supreme Dual Effect sample with any makeup or skin care purchase.

Makeup

Shop All

CATEGORIES

- Eyes
- Lips
- Face
- Nails
- Tools & Brushes

FEATURES

- What's New
- Top Rated
- Gift & Value Sets
- Sales & Specials
- How to Contour & Highlight
- Mascara Guide
- Makeup Brush Guide
- Beauty Expert Makeup Tips

lipmania!
12 NEW Lip Gloss Scents
130+ Shades 6 Finishes
5 for \$20
[SHOP NOW](#)

Makeup Best Sellers

VARIANT

FREE SHIPPING ON \$40 SHOP NOW + DETAILS REFER A FRIEND GET 10% OFF +

FIND A REPRESENTATIVE BECOME A REPRESENTATIVE SIGN IN PRODUCT + ESPAÑOL *Blog*

AVON

SHOP CATEGORIES SALES & SPECIALS NEW & NOW WELLNESS HOW-TO'S CAUSES BROCHURES

Free Ultimate Supreme Dual Effect sample with any makeup or skin care purchase.

Makeup

Shop All

CATEGORIES

- Eyes
- Lips
- Face
- Nails
- Tools & Brushes

FEATURES

- What's New
- Top Rated
- Gift & Value Sets
- Sales & Specials
- How to Contour & Highlight
- Mascara Guide
- Makeup Brush Guide
- Beauty Expert Makeup Tips

LIPMANIA!
12 NEW Lip Gloss Flavors
130+ Shades & Finishes
5 for \$20
SAVE UP TO \$20
[SHOP NOW](#)

Makeup Best Sellers

Avon True Color Browning Pearls
★★★★☆ (14)

Avon True Color Super-Blend Lengthening Mascara

Avon True Color Lip Balm
★★★★★ (14)

Avon Crave Magnet Pick-Up Powder Blush

[SHOP THE ONLINE](#)



Die Ergebnisse

EXPOSURE RATE

The screenshot shows the Avon website interface. At the top, there's a navigation bar with 'BECOME A REPRESENTATIVE', 'HI, AVON', 'PRODUCT #', 'ESPAÑOL', a shopping cart icon with '0', and a 'Blog' link. Below this is a search bar with 'SEARCH' and '100%'.

A horizontal carousel of promotional banners is visible, with each banner showing '100%' exposure. Below the carousel, there's a text offer: 'Free Ultimate Supreme Dual Elixir sample with any makeup or skin care purchase.'

The main content area features a 'Makeup' section with a 'Shop All' button showing '100%' exposure. To the left, there are 'CATEGORIES' and 'FEATURES' lists with their respective exposure rates:

- CATEGORIES:** Eyes (100%), Lips (100%), Face (100%), Nails (98.8%), Tools & Brushes (98.8%)
- FEATURES:** What's New (95.1%), Top Rated (91.5%), Gift & Value (87.8%), Sales & Specials (84.2%), How to Choose (82.9%), Mascara (81.7%), Makeup Brushes (79.5%), Beauty Expert Tips (78.2%), Shipping (62.2%)

The central focus is a 'LIPMANIA!' banner with '100%' exposure, advertising '12 NEW Lip Gloss Flavors' and '130+ Shades & Finishes' for '\$5 for \$20'. Below this is a 'Makeup Best Sellers' section with a carousel of products. The exposure rate for this carousel is highlighted with a red box and labeled '67.1%'. The products shown are 'Avon True Color Glimmersticks Eye Liner', 'Quad Eyeshadow', and 'Avon True Color Glimmersticks Diamonds Eye Liner'.

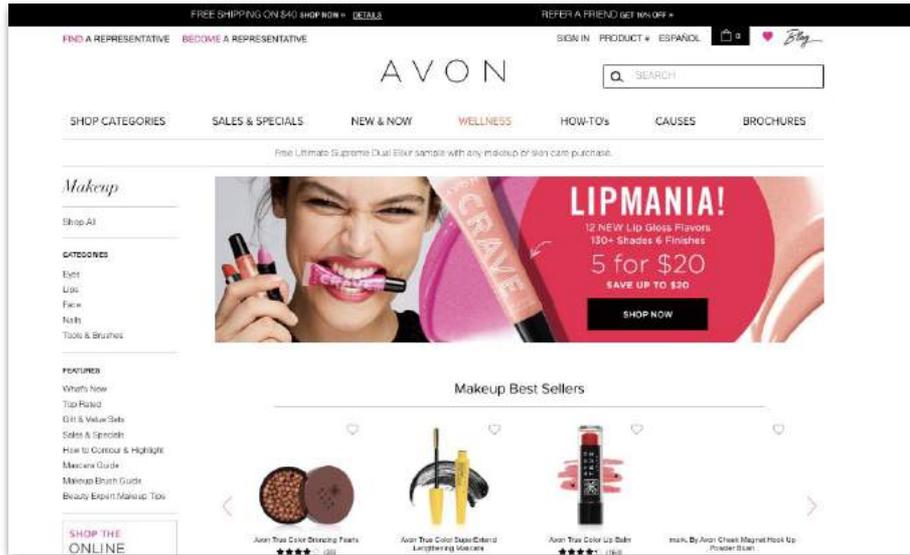
**EXPOSURE RATE
des
Produktkarussells
(67.1% vs. 49.7%)**

+34%



Die Ergebnisse

VARIANT



BOUNCE RATE

-5.5%

EXIT RATE

-6.8%

AVG TIME ON PAGE

+16.5%

SCROLL RATE

+6.5%

CONVERSION RATE

+1.6%



Die drei wichtigsten Empfehlungen

2

Filter- und Sortierfunktion sticky machen.

Darauf achten, dass die Funktionen nicht zu viel Platz auf der Seite einnehmen, um zu vermeiden, dass die Produktaufstellungen nach unten geschoben werden.

1

Navigation durch verwandte oder untergeordnete Kategorien erleichtern.

Für den Desktop ist eine Reihe von graphischen Bildern oder Textlinks sinnvoll.

Für Mobilgeräte kann ein Dropdownmenü oder ein horizontaler Slider mit Buttons oder Textlinks verwendet werden.

3

Initiale Sortierung nach “diversity” vornehmen.

Bei der Suche nach Produkten können Benutzer anhand der ersten paar Produkte in der Liste schnell beurteilen, ob eine Kategorie wahrscheinlich das enthält, was sie suchen.

Freiwillige vor - Live review



CONTENTSQUARE





CONTENTSQUARE

Thanks



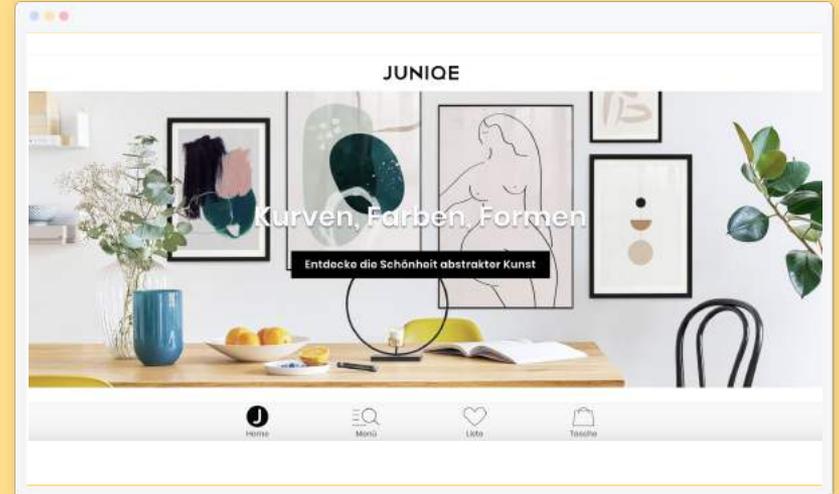
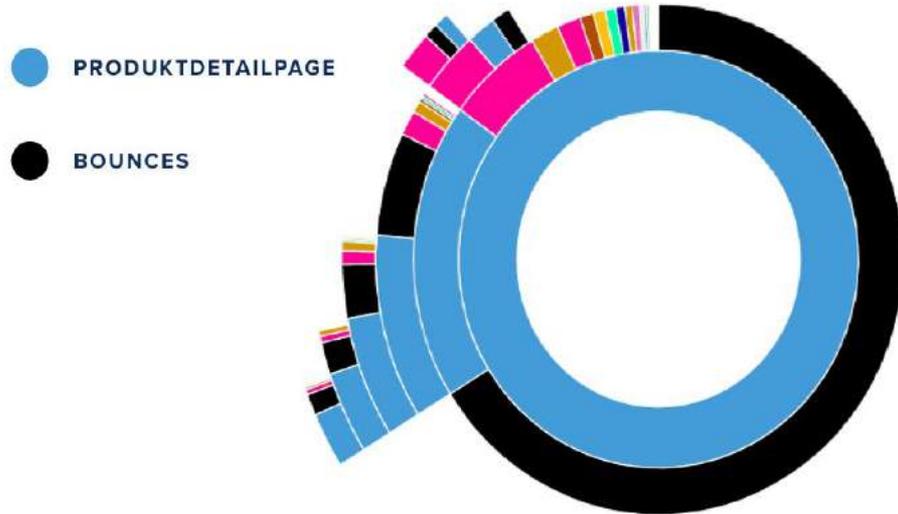
PLPs - die besseren Landing Pages (als PDPs)?



CONTENTSQUARE

1. DAS PROBLEM

- 55% Bounce Rate von SEA Traffic, der auf eine Produktdetailseite geleitet wird



2. DER LÖSUNGSANSATZ

- **Attractiveness Rate**

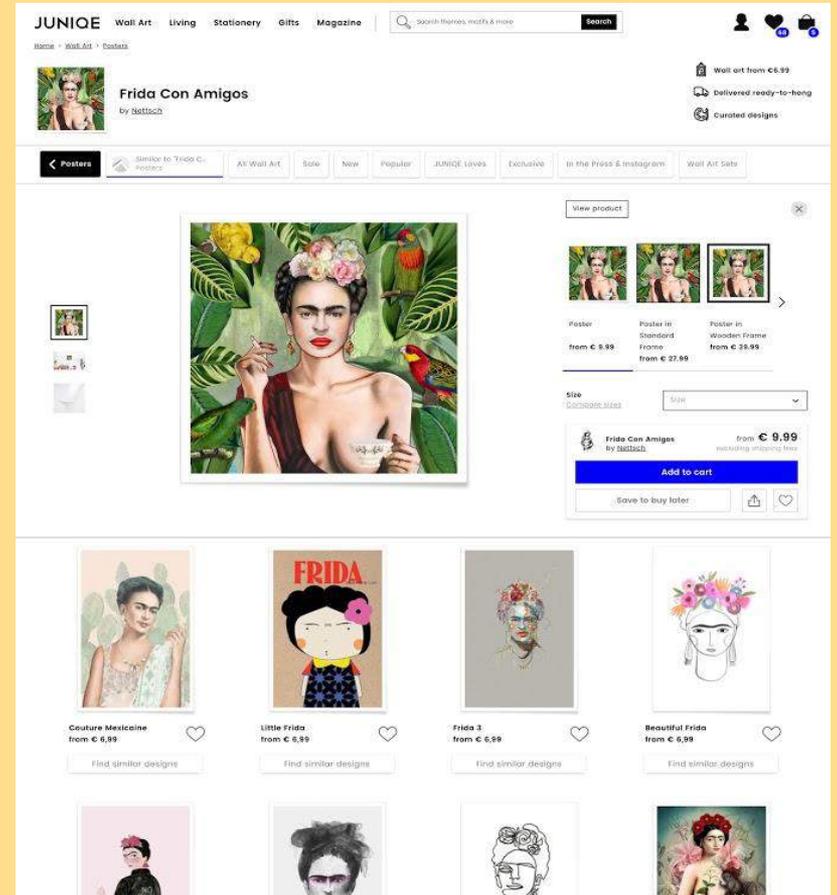
Von den Nutzern, die das Element gesehen haben, wie viele Klicks dann auch darauf?

-> Kombination aus Exposure & Click Rate



3. UMSETZUNG (TEIL 1 – PDP)

- Produktempfehlungen direkt unterhalb des CTA
- Neuer Header (Lieferzeit, Versandkosten, Rückgaberecht)



4. UMSETZUNG (TEIL 2 – Neue LP)

Außerdem wurden User von Google auf eine Listenseite, die ähnliche Designs anzeigt, geleitet mit vorausgewählten Filtern basierend auf den Suchbegriffen.

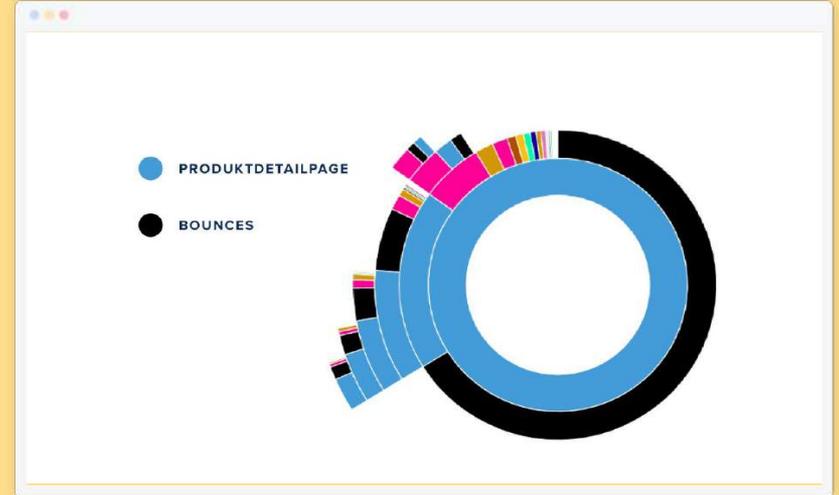
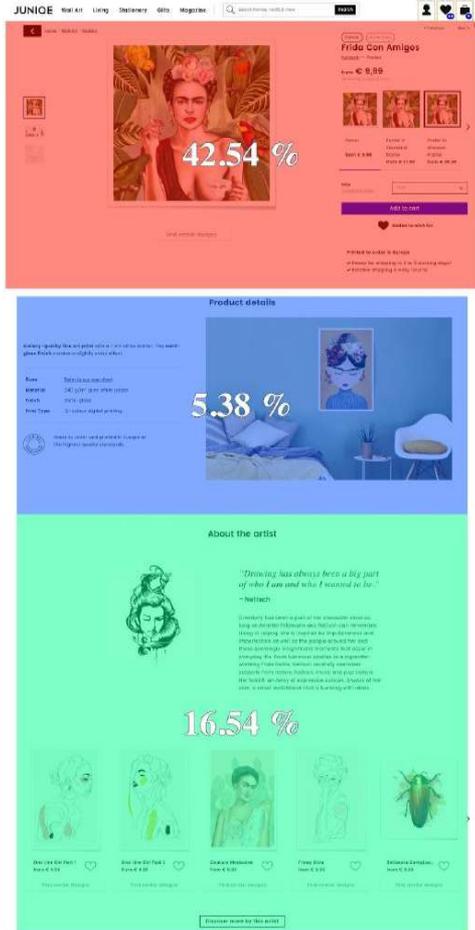
- Traffic kommt auf neue Listenseite (A/B Test)
- Vorausgewählte Filter basierend auf Suchbegriff

The screenshot shows an Instagram gallery titled "Prominenten-Poster". The gallery features a grid of 12 items, each with a thumbnail image, a title, and a price. The items include:

- Frida Kahlo - Auf Wache gezeichnet** (Price: € 4,99) -30% BIS SONNTAG
- Marilyn Monroe in New York, 1955** (Price: € 4,99) -30% BIS SONNTAG
- Andy Warhol - All is pretty** (Price: € 29,99) -30% BIS SONNTAG
- Andy Warhol - Marilyn Monroe** (Price: € 29,99) -30% BIS SONNTAG
- Feet, what do i need you for when i have wings to fly?** (Price: € 4,99) -30% BIS SONNTAG) - Frida Kahlo
- THE FARTHEST LANDS OF ALL** (Price: € 6,99) -30% BIS SONNTAG) - Audrey Hepburn
- SINGLE LADIES** (Price: € 4,99) -30% BIS SONNTAG) - Audrey Hepburn
- Frida Kahlo** (Price: € 4,99) -30% BIS SONNTAG)
- Breakfast at Tiffany's Movie Post.** (Price: € 6,99) -30% BIS SONNTAG)
- Single Ladies - Throw Me A Song...** (Price: € 4,99) -30% BIS SONNTAG)
- Frida Kahlo** (Price: € 4,99) -30% BIS SONNTAG)
- Frida Kahlo** (Price: € 4,99) -30% BIS SONNTAG)
- Social Celebrity in Göttingen, 1964** (Price: € 4,99) -30% BIS SONNTAG)
- Frida Kahlo** (Price: € 4,99) -30% BIS SONNTAG)
- Frida Kahlo** (Price: € 4,99) -30% BIS SONNTAG)
- Frida Kahlo** (Price: € 4,99) -30% BIS SONNTAG)
- Frida Kahlo** (Price: € 4,99) -30% BIS SONNTAG)

Below the grid, there is a section titled "AUF INSTAGRAM ENTDECKT" with a sub-section "SHOPPE INSTAGRAM FAVORITEN".

4. DIE CUSTOMER JOURNEY VORHER



DAS ERGEBNIS

