

Dertig manieren om je conversie te verhogen

25-07-2016 11:12



De belangrijkste reden van het floppen van e-commercebedrijven? Weinig tot geen conversie. Althans, dat stelt Optimizely (één van de vijf favoriete tools van Nextail-directeur Antoine Brouwer). De specialist in A/B-testing wijst erop dat de gemiddelde klant een aandachtspanne van acht seconden heeft als hij op een website terecht komt. Je hebt dus acht seconden de tijd om zijn aandacht te trekken en vast te houden. Naast boeiende content, goede foto's en scherpe koppen zijn er andere factoren die bepalend zijn voor manier waarop je website wordt ontvangen en surfers in kopers kan converteren.