ERFOLGSGESCHICHTE

WWW.KONVERSION.DIGITAL

ERFOLGSGESCHICHTE

Unternehmensbeschreibung

entsorgo hat sich als innovatives Unternehmen im Bereich der Entsorgungsdienstleistungen etabliert. Ursprünglich als Plattform gestartet, die die Buchung von Containern und anderen Entsorgungsdiensten online ermöglicht, hat sich entsorgo zu einem hybriden Dienstleister entwickelt, der sowohl digitale Lösungen als auch praktische Entsorgungsdienstleistungen anbietet. Mit dem Fokus auf Digitalisierung baute das Unternehmen ein eigenes ERP-System und entwickelte eine mobile App, um die Dienste effizient zu verwalten und anzubieten. Ende 2023 hat entsorgo eine B2B-Lösung namens "entsorgo pro" eingeführt, die es großen Kunden ermöglicht, ihre eigenen Entsorgungsbedürfnisse zentral über eine Plattform zu planen und zu verwalten. Für das laufende Jahr rechnet das eigenfinanzierte Unternehmen, das bereits für mehr als 20.000 Endkunden arbeitet, mit einem Wachstum von rund 70 Prozent. Einen nicht unwesentlichen Teil trägt das erfolgreiche Marketing zum Wachstum bei.

Herausforderung

Das erfolgreiche Marketing sollte auf der Plattform vergoldet werden. Das Hauptproblem von entsorgo war die unterschiedlich performende Conversion-Rate auf ihren insgesamt rund 400 lokalen und regionalen Landingpages. Das Unternehmen hatte bereits eigene Optimierungsversuche unternommen, jedoch wurde das Potenzial für höhere Conversion-Raten nicht vollständig erreicht. Die Führungsebene hat daher nach externer Expertise gesucht, um die Webseite weiter zu optimieren und die Effektivität der Online-Plattform zu steigern.

Vorgehensweise

konversion.digital hat zunächst eine detaillierte Analyse der Website vorgenommen, bei der vor allem verhaltensökonomische Aspekte berücksichtigt wurden. Durch die Einführung von Elementen wie dem Gaze Cueing Effekt und die Anpassung der Seiten an lokale Kontexte wurden die Landingpages spezifisch optimiert. Ein intensives A/B-Testing und regelmäßige Anpassungen der Nutzeroberfläche halfen dabei, die User Experience zu verbessern, was direkt zu einer Erhöhung der Interaktionsraten führte.

Ergebnis

Die Zusammenarbeit führte zu einer durchschnittlichen Steigerung der Conversion-Rate um 50%, abhängig von der jeweiligen Region und der betreffenden Landingpage. Diese signifikante Verbesserung hatte nicht nur Auswirkungen auf die direkten Buchungszahlen, sondern auch auf die SEO-Leistung der Website, da verbesserte User-Interaktionen die Verweildauer und damit die Sichtbarkeit in Suchmaschinen deutlich erhöht haben. Zudem wurde das Linkbuilding auf Basis der Ergebnisse verbessert - weniger vermeintlich reichweitenstarke Advertorials,

50%

Uplift

Zusammenfassung der wesentlichen Phasen

- **Herausforderung:** Variierende Conversion-Raten auf regionalen Landingpages, unbefriedigende Ergebnisse trotz eigener Optimierungsversuche.

- **Aufgabenstellung:** Erhöhung der Conversion-Rate durch professionelle Unterstützung, um die Buchungsfrequenz zu verbessern.

- **Vorhergehensweise:** Analyse und Optimierung der Landingpages unter Berücksichtigung verhaltensökonomischer Aspekte, Implementierung von A/B-Testing.

- **Ergebnis** Steigerung der Conversion-Raten um durchschnittlich 50%, verbesserte SEO-Leistung und Nutzerinteraktion.