

## QUISMA verdoppelt die Conversion Rate bei Marc O’Polo

09.12.2013, 12:49 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *QUISMA GmbH München*

---

München, 09. Dezember 2013 – Gezieltes Testing kann einen enormen Einfluss auf den Erfolg eines Webseiten-Relaunches haben. Das belegt QUISMA in einer aktuellen Case Study für Marc O’Polo. Das schwedische Bekleidungsunternehmen hatte das internationale Performance-Netzwerk damit beauftragt, den Traffic auf den Landingpages des Online-Shops dauerhaft zu optimieren. Das Ergebnis: Die Premium Modern Casual Marke konnte die Conversion-Rate nach dem Redesign des Online-Shops um 99,61 Prozent steigern. Knapp 64 Prozent entfielen auf die Produktdetailseite, der Rest auf die Startseite.

Im Zuge des Redesigns des Online-Shops hatte QUISMA durch gezieltes Testen die Akzeptanz verschiedener Webseiten-Varianten analysiert. Dabei wurden die Start- und die Produktdetailseite als stärkste Einstiegsseiten identifiziert und standen deshalb bei den folgenden Testphasen im Fokus. Die Testings waren als schrittweiser Optimierungsprozess angelegt. So konnten direkte Schlussfolgerungen für die nächste Testphase gezogen und entsprechend umgesetzt werden. Die vier aufeinanderfolgenden Testphasen umfassten 23 verschiedene Varianten der Startseite. Verschiedene technische und visuelle Umstrukturierungen wie z.B. die zusätzliche Integration der Produktneuheiten führten schließlich zum gewünschten Uplift der Conversion-Rate. Danach nahmen die QUISMA-Experten die Produktdetailseite unter die Lupe: Nach mehreren Testdurchgängen und einem höher positionierten Call-to-Action Button konnte das vorgegebene Ziel der Optimierung, die Steigerung der Kaufabschlüsse, schließlich erreicht werden.

Alexander Lechner, Head of eCommerce Marc O’Polo: „Wir möchten unseren Kunden immer ein hochwertiges Einkaufserlebnis bieten. Durch die ganzheitliche Herangehensweise und die kreativen Vorschläge für das Testing hat sich QUISMA für uns als idealer Partner erwiesen. Das technische Know-how und der Austausch auf Augenhöhe sind dabei ein wesentlicher Grund für unseren gemeinsamen Erfolg.“

„Die Zusammenarbeit mit Marc O’Polo hat gezeigt, dass durch konsequentes Testing die Conversion-Rate signifikant gesteigert werden kann“, ergänzt Julian Stein, Teamleiter Conversion Optimization bei QUISMA. „Darüber hinaus konnten nützliche Erkenntnisse über das Besucherverhalten auf der Webseite gewonnen werden. Als besonders wertvoll erwies sich dabei, dass bei der Angebotskommunikation eine klare Unterscheidung zwischen Männern und Frauen in zwei getrennten Teasern auf der Startseite zu mehr Relevanz und schlussendlich zu einer deutlich gesteigerten Conversion führte.“

Die Case Study Marc O’Polo steht unter [www.quisma.com](http://www.quisma.com) kostenlos zum Download bereit.

### Portrait

Über QUISMA ([www.quisma.com](http://www.quisma.com))

Der Full Service-Dienstleister QUISMA bietet innovative Technologie und fundierte Expertise für die gesamte Bandbreite des Digitalen Marketings – von Suchmaschinenwerbung und Suchmaschinenoptimierung über Affiliate-Marketing und performance-basierter Bannerwerbung bis zu Conversion-Optimierung und Marketing Intelligence. Und

das länderübergreifend. Die Agentur ist 2001 gegründet und im März 2007 in die GroupM (Mindshare, Mediacom, MEC, Maxus) eingegliedert worden. Am Hauptsitz München und weiteren 18 Standorten in 16 Ländern sind derzeit über 320 Mitarbeiter beschäftigt, die namhafte Kunden wie Adobe, Bank of Scotland, Expedia, Marc O'Polo oder Unity Media national und länderübergreifend betreuen.

QUISMA steht für die Vernetzung zur klassischen Mediaplanung im Rahmen eines integrierten Betreuungsansatzes sowie herausragendes Know-how zur Betreuung im internationalen Digital-Geschäft.

---

News-ID: 765958 • Views: 812 (Stand: 20.04.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/765958/QUISMA-verdoppelt-die-Conversion-Rate-bei-Marc-OPolo.html>