

Overheat: Neues Tool für die Besucheranalyse

22.10.2014, 17:59 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *Odenthal & Schlicker GbR*

Presseagentur: *urange - agentur für medien*

Overheat bietet Webseitenbetreibern jetzt die Möglichkeit, eine eigene Heatmap zu erstellen und das Verhalten der Nutzer zu analysieren. Gut dargestellte Clickmaps, Scrollmaps und klassische Statistiken runden das Angebot des neuen Tools ab. Mit den Informationen lassen sich Webseiten zielgerichtet auf die Nutzergruppe anpassen, um die Usability zu steigern und letztlich die Conversion und den Response deutlich zu erhöhen.

Design und Inhalte sind bei der Erstellung einer Internetpräsenz nicht alles. Immer mehr Unternehmer bieten Ihre Leistungen und Produkte im Internet an und wollen die Kunden auf den ersten Blick begeistern. Gelungenes Internet-Marketing und eine optimale Kundenkommunikation funktionieren jedoch nur, wenn die Interessen und das Verhalten der Kunden bekannt sind. Besucher wollen informiert und unterhalten werden. Wenn sie in kurzer Zeit nicht den gewünschten Mehrwert finden, verlassen Sie die Seite und wenden sich der Konkurrenz zu. Mit Overheat ist es Webseitenbetreibern jetzt möglich hinter das Verhalten der Nutzer zu blicken und deren Verwendung der Internetpräsenz zu analysieren. Betreiber sollten wissen, wie die User auf die Seite reagieren, wie sie mit ihr agieren und welche Aktionen ausgelöst werden. Overheat misst genau diese wertvollen Daten und stellt sie optisch aufgewertet und übersichtlich dar.

Funktionen von Overheat im Überblick

Als Heatmap und Conversion Tool zeigt es dank Einfärbung der eigenen Webseite genau an, wo das Interesse der Besucher landet. Dafür werden das Klickverhalten und die Mausbewegung ausgewertet. Rot markierte Bereiche sind besonders gefragt, während die grünen Bereiche auf der Seite deutlich weniger wichtig scheinen. Für sehr lange Internetseiten spielt die Scrollmap eine Rolle. Liest der Kunde wirklich den kompletten Text oder wann steigen die Leser aus? Die Darstellung zeigt an, wie weit die Besucher auf einer Seite überhaupt nach unten scrollen. Sämtliche Daten gibt das Tool als Live Report in einem übersichtlichen Dashboard wieder. Die besagten Maps lassen sich als Layer über der implementierten Seite darstellen, um die Daten direkt vergleichen zu können. Die Besonderheit: Overheat scannt die Applikationen und Seiten selbst im responsive Design. Auch mobile und dynamische Seiten können in der Statistik berücksichtigt werden.

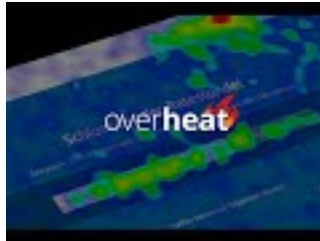
Overheat ist einfach zu installieren und über Plugins zu nutzen. Dabei lassen sich die Daten sowohl am Desktop als auch mobil abrufen. Über Vorher-Nachher-Zeiträume sind Vergleich schnell angefertigt und kooperieren mit dem Live-Reporting. Geloggt werden Betriebssysteme, Browser und Versionen, um die Seite später genau für diese Grundlagen testen zu können. Außerdem sind die unique Visits und die Verweildauer von Interesse. Overheat schützt diese empfindlichen Daten auf Hochleistungsservern und speichert nur die notwendigen Informationen.

Für wen eignet sich Overheat?

Das neue Tool ist in verschiedenen Paketen erhältlich. Das kleinste Paket beschränkt sich auf die klassischen Funktionen und ist für normale Webseitenbetreiber gedacht. Im Standard-Paket sind die Live Reports sowie verschiedene Einstellungsmöglichkeiten für Mitbenutzer enthalten. Größere Agenturen oder Unternehmen nutzen das Business Paket. Mit einem deutlich größeren Umfang legen Agenturen verschiedene Kundenaccounts an und schicken den PDF-Report als White-Label problemlos weiter. Für einen schnellen Überblick bietet Overheat die aktuelle Version 14 Tage kostenlos zum Testen.

Über Overheat

Overheat visualisiert das Nutzerverhalten auf einzelnen Seiten mit Heatmaps, Clickmaps und Scrollmaps. Entwickelt wurde das Tool von der Odenthal & Schlicker GbR für unterschiedliche Zielgruppen und wird mit der Firma Overheat vermarktet. SEOs, Agenturen und Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen prüfen somit das Interesse der Nutzer und steigern Usability und Conversion.



Portrait

Als Gründer und Chef der Internet-Agentur urange war und ist David Odenthal in hunderten Kundengesprächen mit der ‚Gier‘ nach belastbarem, evaluierbarem Usertracking konfrontiert. Sehr viele Unternehmen, egal ob KMUs oder größere Gesellschaften, geben sich längst nicht mehr mit der Erstellung einer Internetpräsenz zufrieden, sondern rücken mehr und mehr den echten Mehrwert im Sinne von gelungenem Internet-Marketing und zielführender Kundenkommunikation in den Vordergrund. Und dazu muss man möglichst genau wissen, wie ein User auf eine(r) Site agiert und auf sie reagiert. Diese speziellen und wertvollen Daten mussten durch spezielle Software gesammelt (assemble) und analysiert (analyse) werden.

Das Problem war eben immer nur: 08/15 – Tracker boten oft nicht die erwünschten Daten oder das Assembling setzte an uninteressanten Stellen an. Auch das Berichtswesen wies zum Teil erhebliche Mängel auf oder ging an den Wünschen der Kunden vorbei.

Mit overheat schufen David Odenthal und Daniel Schlicker nun – angularjs-basiert – overheat. Und wie oben bereits erwähnt ist der Name tatsächlich Programm.

‚Overheat‘ steht nämlich keinesfalls für Überhitzung, Überlastung oder gar Durchbrennen. Vielmehr setzt er sich aus dem ‚Over‘ von Overview (Überblick) und dem ‚Heat‘ aus Heatmap (Visualisierung von Klicks, Mausbewegung oder Blickdauer) zusammen.

Das Ergebnis war so überzeugend, dass Odenthal und Schlicker dem innovativen Softwareprodukt einen eigenen ‚Heimathafen‘ zur Verfügung stellten: Die Firma overheat.

<https://www.openpr.de/news/822294/Overheat-Neues-Tool-fuer-die-Besuchernalyse.html>