# Studiengang Informationswissenschaft (Bachelor of Science)

## Wahlpflichtkatalog

## Themenbereich: Online Marketing

| | |
|---|---|
| **Modul-bezeichnung** | Conversion Optimierung and Data Driven Marketing<br>(Conversion Optimization and Data Driven Marketing) |
| **Belegnummer** | 7455 |
| **Studiengang / Verwendbarkeit** | Bachelorstudiengang Informationswissenschaft |
| **Modulverantwort-liche(r)** | Prof. Dr. Bernd Jörs |
| **Dozent(in)** | Marcel Licht (Web Arts AG), Ronald Grimminger (Web Arts AG), Torsten Hubert (Web Arts AG) |
| **Dauer** | 1 Semester |
| **Credits** | 10 CP |
| **Prüfungsart** | Projektarbeit, Präsentationen |
| **Sprache** | deutsch |
| **Inhalt** | Projekt: "Conversion Optimierung & Data Driven Marketing"<br>in Kooperation mit "Web Arts AG" (Bad Homburg) und "Adobe" (München)<br>In Zeiten steigender Traffic-Kosten und Anzahl der Kanäle sind E-Commerce Unternehmen mit der Situation konfrontiert, dass mehr Traffic nicht gleich mehr Umsatz bedeutet. Die Traffic-Quelle ist weitestgehend ausgeschöpft, die Kosten treiben in die Höhe, wertvoller Traffic geht onsite verloren. Hier setzt die Conversion Optimierung an. Wie kann der gewonnene Traffic effizient ausgeschöpft werden – wie werden Besucher zu Kunden und Käufern? Wo bewegen sich Nutzer, wie verhalten sie sich und wie können wir dafür sorgen, dass wir den richtigen Inhalt, zur richtigen Zeit über den richtigen Kanal senden können.<br>Conversion Optimierung ist eine strategische und ganzheitliche Herangehensweise. Weit ab von willkürlichen Optimierungen, die entweder keine Auswirkungen haben oder deren Effekte nicht nachvollziehbar sind. In diesem Kurs zeigen wir, wie Risiken bei der Optimierung vermieden werden, wie effektive Hebel identifiziert und angewendet werden. Die Studenten erhalten Einsicht in Tools und Methoden, die Konzepte und Maßnahmen nachvollziehbar und belastbar machen. Am Ende unterliegt jedes Optimierungsprojekt der betriebswirtschaftlichen Bewertung – ohne Definition von Zielen und KPIs (Key Perfomance Indicators) schlägt jede Optimierung fehl. |

| | |
|---|---|
| | **Aufgabenstellung:**<br>• Durchführung einer quantitativen Analyse<br>• Durchführung einer qualitativen Analyse<br>• Erstellen eines Konzeptes für Optimierungsvarianten für einen A/B Test<br>• Anwendung von erlernten Methoden<br>• Bildung von eindeutigen Testhypothesen<br>• Erstellung eines Testplans<br>• Präsentation der Ergebnisse<br>**Zielgruppe:** Bachelor-Studenten, ab 4. Semester<br>**Teilnehmerzahl:** ca. 15 – 20 Studenten (Aufteilung der Teilnehmer in vier Gruppen)<br>**Praxisteil:** eventuell Gewinnung eines Kundenprojektes für den praktischen Teil<br>**Projektabfolge/Projektphasen:**<br>• Projektdauer:<br>• Wissenstransfer mit praktischen Aufgaben für die nächste Sitzung<br>• Projektarbeit in Gruppen mit Coaching durch Marcel Licht, Ronald Grimminger und Torsten Hubert (alle Web Arts AG)<br>• Abschlusspräsentation |
| **Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)** | Inhaltliche Projekt-Ziele:<br>• Conversion Optmierung Basics<br>• Aus Sicht der Nutzer: Die 7 Ebenen der Konversion (Framework)<br>• Qualitative Analyse / quantitative Analyse<br>• Persuasive Tool Kit & Architecture<br>• Conversion Concept: Konzeption in der Praxis<br>• Strategisches Onsite-Testing<br>• A/B-Testing / multivariates Testing<br>• Personalisierung<br>• Erstellung KPI Framework<br>• Testing Tools<br>• Limbic® Types & Limbic® Personas<br>• Landingpage Optimierung |
| **Niveaustufe / Level** | Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course) |
| **Lehrform / SWS** | Projekt (4SWS) |
| **Arbeitsaufwand / Workload** | 256 Stunden |
| **Units (Einheiten)** | |
| **Notwendige Voraussetzungen** | |
| **Empfohlene Voraussetzungen** | |

| | |
|---|---|
| **Häufigkeit des Angebots** | |
| **Anerkannte Module** | Siehe § 19 ABPO |
| **Medienformen** | |
| **Literatur** | 1. Morys, André Conversion-Optimierung - Praxismethoden für mehr Markterfolg im Web, 2011<br>2. Cialdini, Robert: Die Psychologie des Überzeugens, 2002<br>3. Häusel, Hans-Georg: Emotional Boosting, 2012<br>Weitere Literatur wird im Rahmen des Projekts vorgestellt. |

Stand: 16.03.2016, 11:46:01