

shopping
tomorrow

Meer impact met conversie-optimalisatie
met de juiste KPI's en analyses

☆☆☆☆☆ Schrijf een review | Delen



Paperback
Kies een andere bindwijze of editie (2) >

31,99

Op voorraad **Select**

Voor 23:59 besteld, morgen in huis ⓘ

Verkoop door bol.com

+ In mijn winkelwagen + ♥

Andere verkopers (1)
> [Bekijk en vergelijk alle verkopers](#)

Bezorgopties

- ✓ **Vandaag** nog in huis (bestel doordeweeks voor 14:00, bezorging tussen 18:00 en 22:00)
- ✓ Doordeweeks ook **'s avonds** in huis
- ✓ Ook **zondag** in huis (bestel voor za 23:59)

> [Bekijk alle bezorgopties](#)

✓ **Gratis** verzending



☆☆☆☆☆ Schrijf een review | Delen



Paperback
Kies een andere bindwijze of editie (2) >

31,99

Op voorraad **Select**

Voor 23:59 besteld, morgen in huis ⓘ

Verkoop door bol.com

Andere verkopers (1)
> [Bekijk en vergelijk alle verkopers](#)

Bezorgopties

- ✓ **Vandaag** nog in huis (bestel doordeweeks voor 14:00, bezorging tussen 18:00 en 22:00)
- ✓ Doordeweeks ook **'s avonds** in huis
- ✓ Ook **zondag** in huis (bestel voor za 23:59)

> [Bekijk alle bezorgopties](#)

✓ **Gratis** verzending

+ In mijn winkelwagen + ♥

+1.53% Add-to-cart ratio

-0.98% Conversieratio

Even voorstellen



 l.kleinmeijer@ism.nl

 [Linkedin.com/loefkleinmeijer](https://www.linkedin.com/loefkleinmeijer)

Loef Kleinmeijer


✓ CRO Consultant bij 

✓ Optimalisatie voor o.a.   



✓ 7 jaar ervaring bij



✓ Bedrijfswetenschappen op 



Expertgroep Conversion Optimization



Jurjen Jongejan
CRO strateeg



Bas Jansen
Sr. Conversion Specialist



Guido Jansen
CRO lead



Loef Kleinmeijer
CRO Consultant



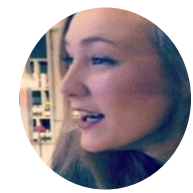
Helene Hallebeek
Data analyst



Melle Moorman
UX & CRO specialist



Linda Klus
Conversion Lead



Sascha van Eck
Conversion Specialist



Rick Weij
Conversie Specialist



Lars Harmsen
PO Experimentation



Rudger de Groot
CRO Specialist



Erik van Houwelingen
Sr. Web Analyst & CRO Specialist



Bernadette Bijkerk
User Experience Specialist



Marijn Tjihuis
CRO specialist



Bart Kerstens
Conversie Specialist



Jurrien Schouten
CRO Specialist



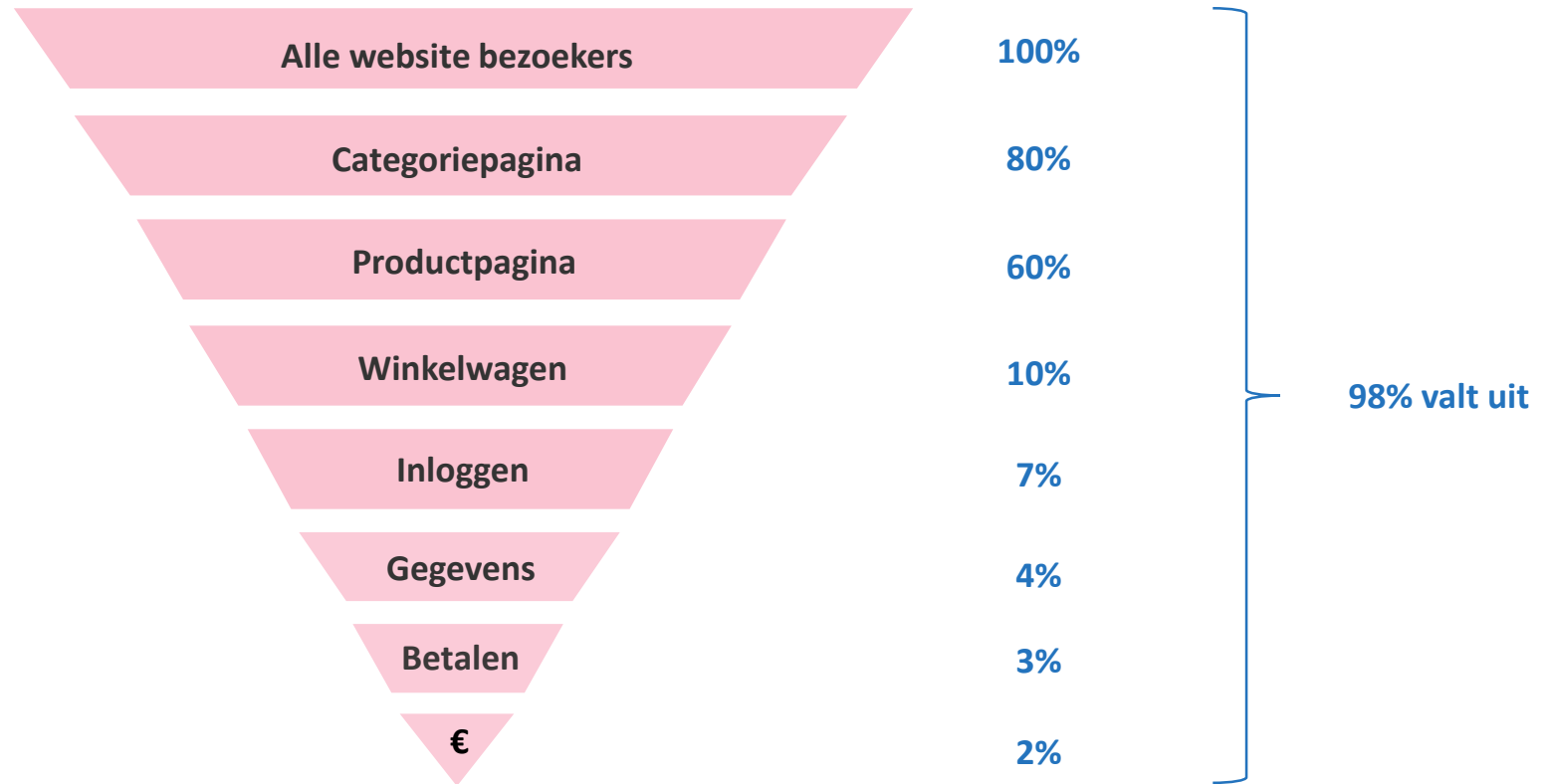
Jack Solcer
Conversiespecialist



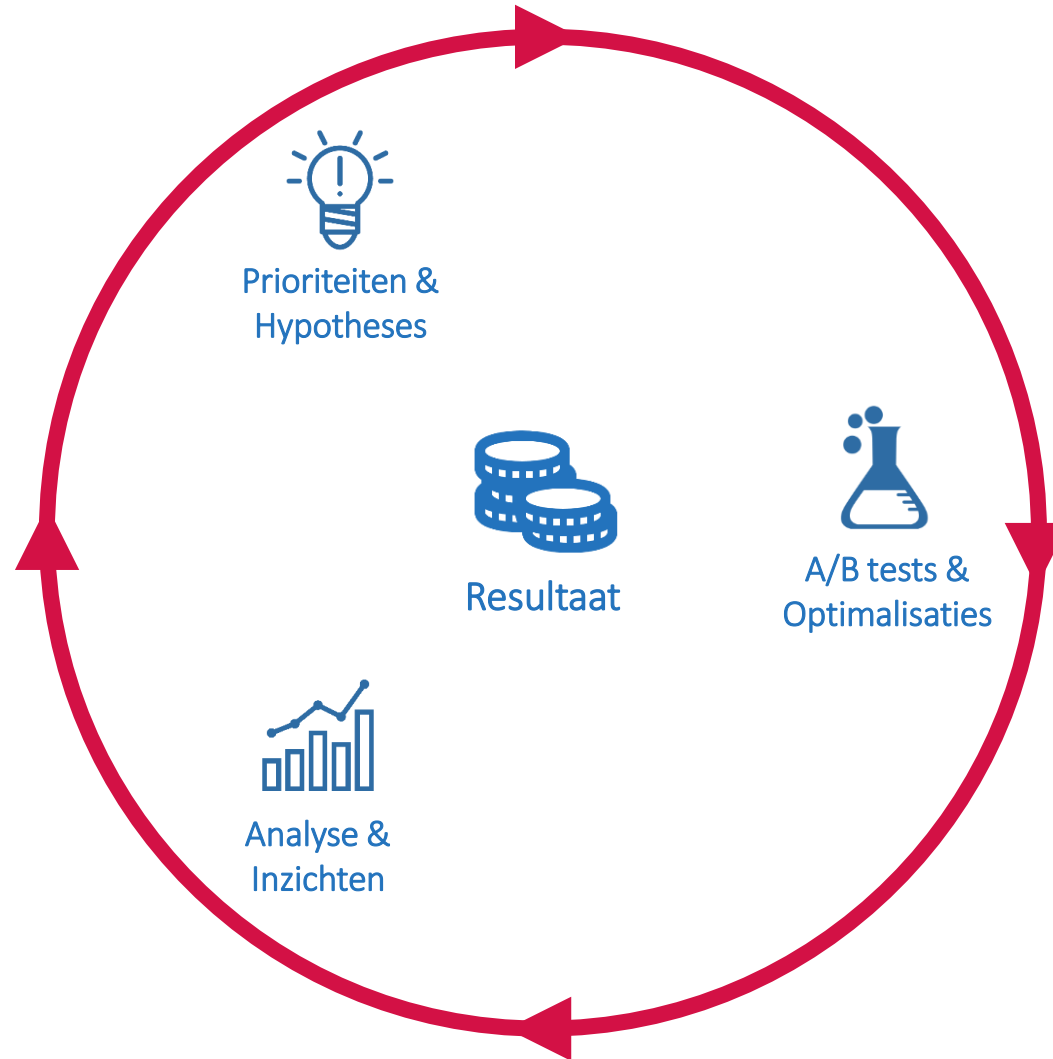
Missie van expertgroep Conversion Optimization

We willen dat meer organisaties op een gestructureerde en datagedreven manier klantreizen optimaliseren

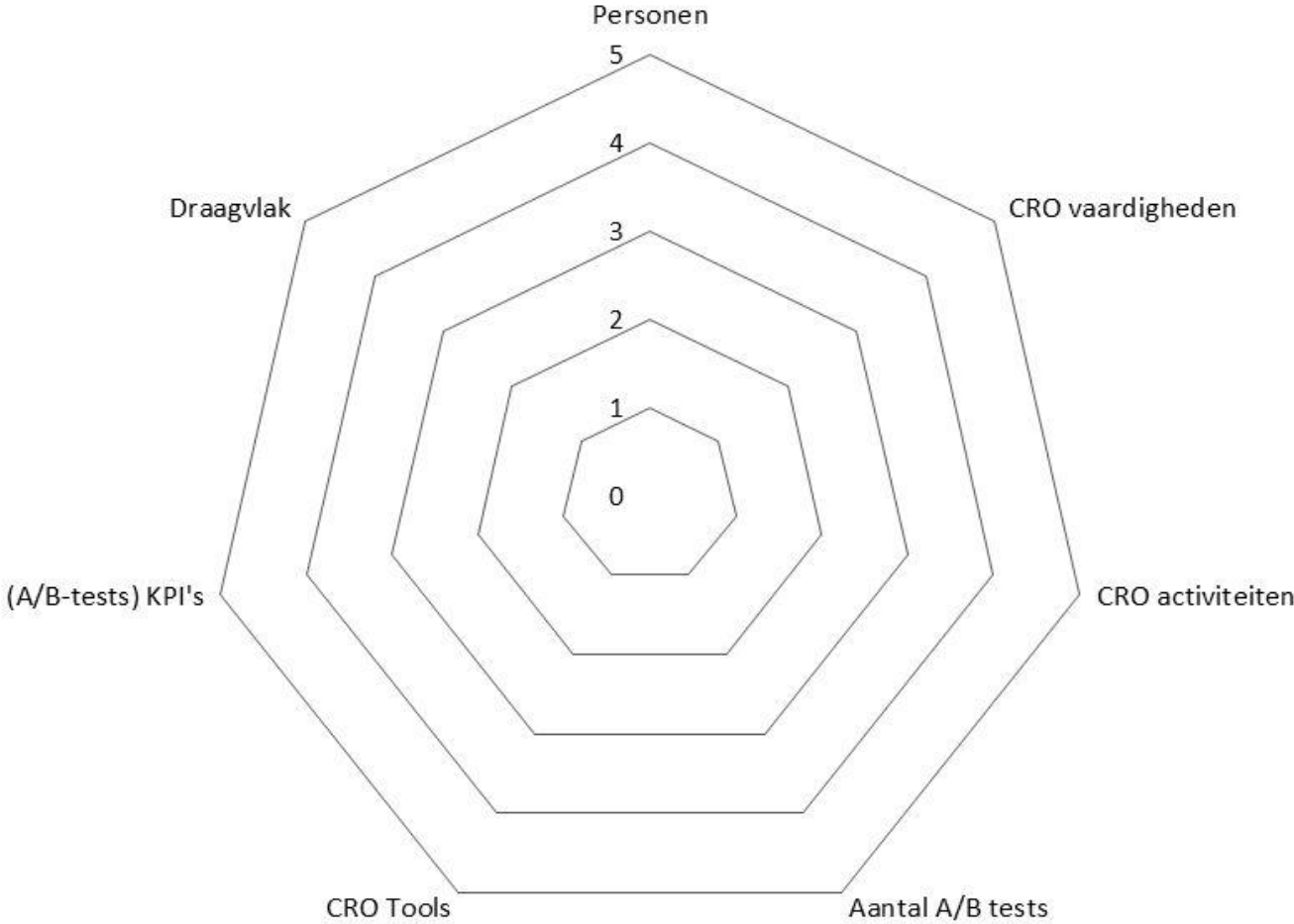
Wat is CRO?



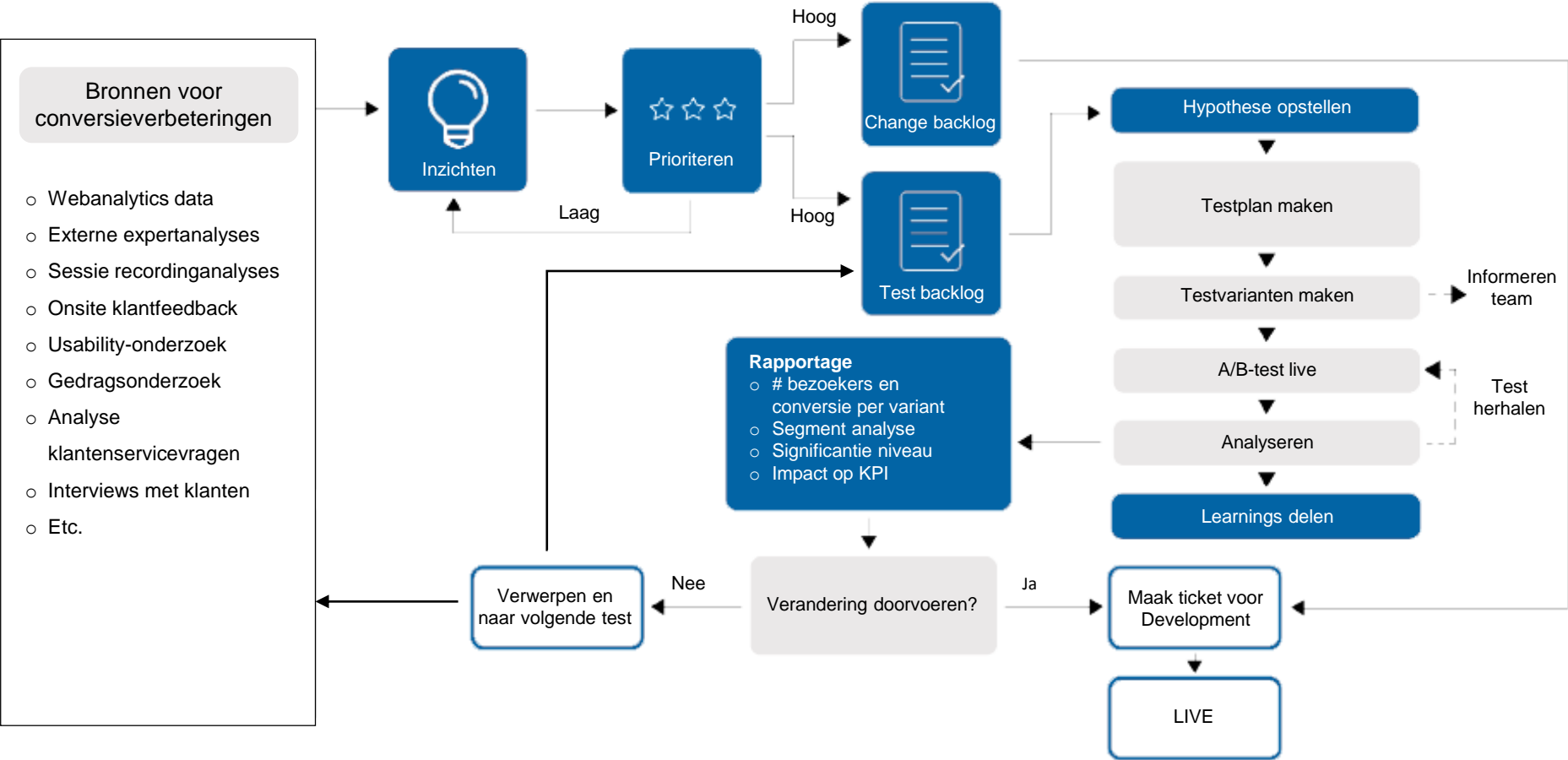
Wat is CRO?



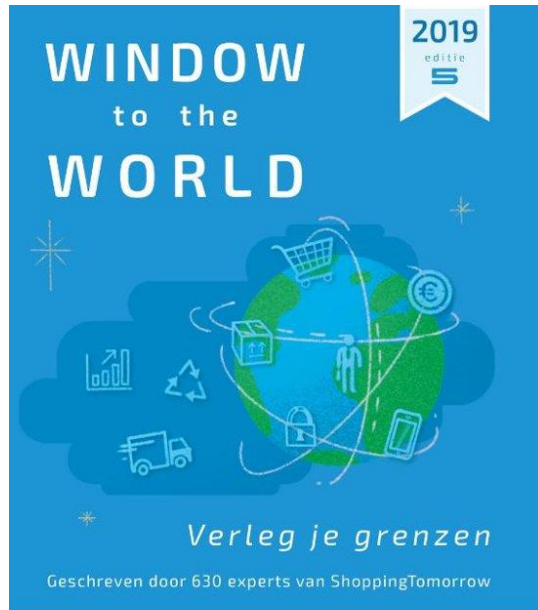
Expertgroep Conversion Optimization



Expertgroep Conversion Optimization



Expertgroep Conversion Optimization



shopping
tomorrow

shopping tomorrow

isme company

Hoe voorkom ik dat mijn conversie-optimalisatieproces stagneert, doordat resources naar grotere projecten gaan?

Expertgroep Revenue Optimization

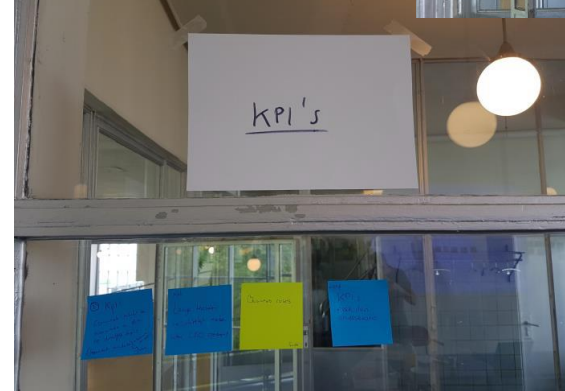
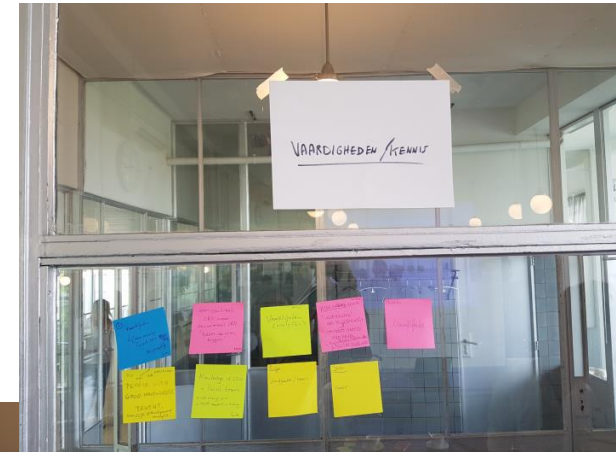
© ShoppingTomorrow

1 of 65

SlideShare

www.mijnconversiescore.nl

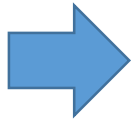
Onderzoeksthema



Onderzoeksthema



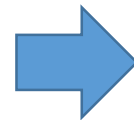
KPI's



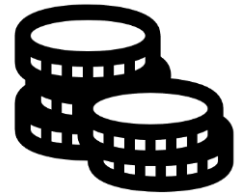
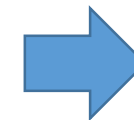
Analyse



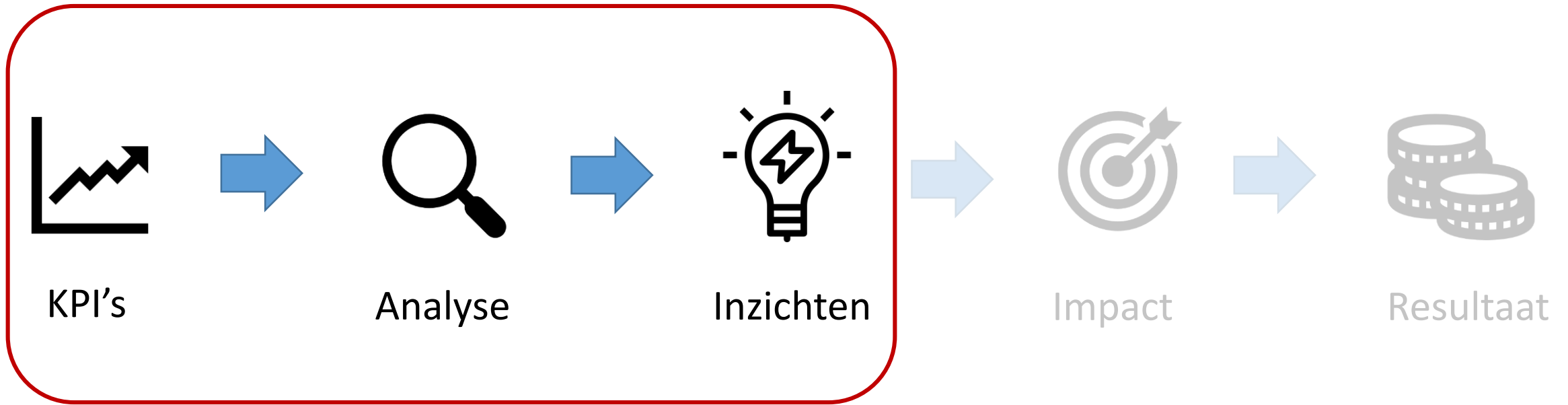
Inzichten



Impact

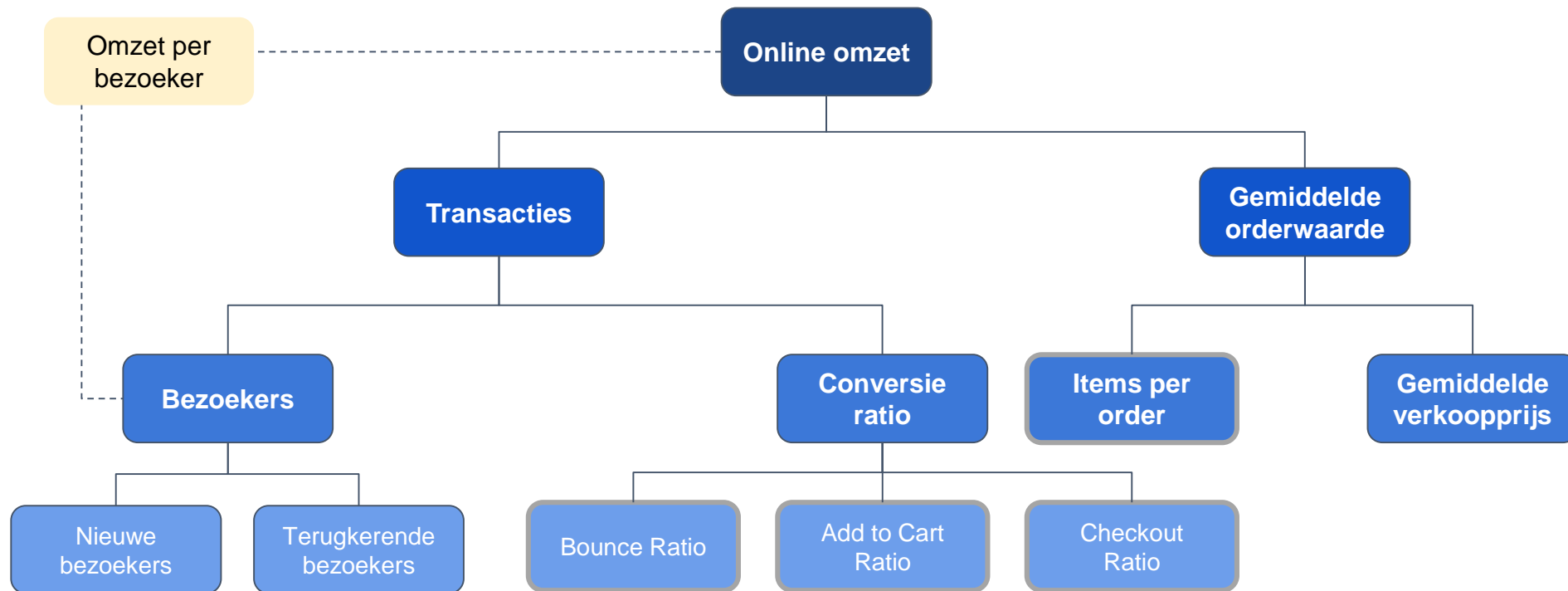


Resultaat



“Impactvolle inzichten met de juiste KPI's en analyses”

Tip 1: Maak je KPI's inzichtelijk



Origineel A

Bagage

Handbagage

- 1 stuk van max. 10 kg per volwassene/kind
- Max. 45 x 40 x 25 cm: gegarandeerd in de cabine
- Max. 55 x 40 x 25 cm: bij drukke vluchten gratis in het ruim

Ruimbagage toevoegen

→ Heenvlucht

Nick Schaperkötter

0 kg	15 kg	20 kg	25 kg	30 kg	40 kg	50 kg
€ 0	€ 19	€ 24	€ 29	€ 39	€ 49	€ 79

Totaal heenvlucht

← Terugvlucht

Bovenstaande keuze geldt ook voor de terugvlucht



Variant B

Bagage

Handbagage

- 1 stuk van max. 10 kg per volwassene/kind
- Max. 45 x 40 x 25 cm: gegarandeerd in de cabine
- Max. 55 x 40 x 25 cm: bij drukke vluchten gratis in het ruim

Ruimbagage toevoegen Boek online en bespaar tot 50% op het vliegveldtarief!

→ Heenvlucht

Nick Schaperkötter

0 kg	15 kg	20 kg	25 kg	30 kg	40 kg	50 kg
€ 0	€ 19 € 45	€ 24 € 27	€ 29 € 75	€ 39 € 27	€ 49 € 127	€ 79 € 157

Totaal heenvlucht

← Terugvlucht

Bovenstaande keuze geldt ook voor de terugvlucht

20 kg
€ 24 € 27

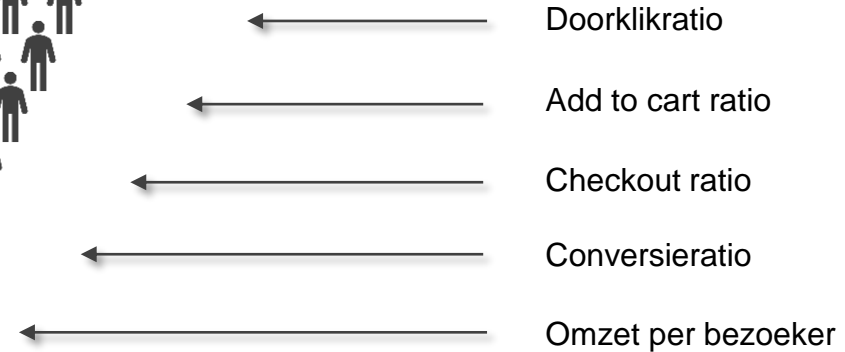
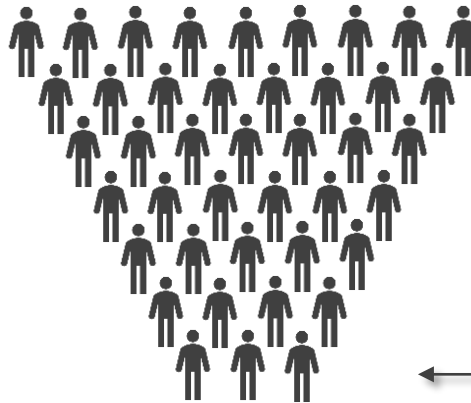


Attach rate ruimbagage: +2.7%

Conversie vliegtickets: Geen verschil

Tip 2: Kies primaire en secundaire KPI's voor CRO die aansluiten bij de bedrijfsdoelstellingen

Bij minder verkeer
Makkelijker te beïnvloeden
Verder van bedrijfsdoelen
Lagere CRO volwassenheid



Dichter bij bedrijfsdoelen
Moeilijker te beïnvloeden
Meer verkeer nodig
Hogere CRO volwassenheid

Origineel A

Variant B

3. Maandelijkse toestelkosten ?

Hoe meer je eenmalig aanbetaalt, hoe lager je maandelijkse toestelkosten. De totale toestelkosten (€ 528) blijven altijd gelijk.

Eenmalig: € 0

Per maand: € 22

€ 0 /mnd

€ 22 /mnd

3. Maandelijkse toestelkosten ?

Voor je toestel ga je € 22 per maand betalen en € 0 eenmalig.

[Pas dit aan](#)

Primaire KPI: Conversieratio

-5.4%

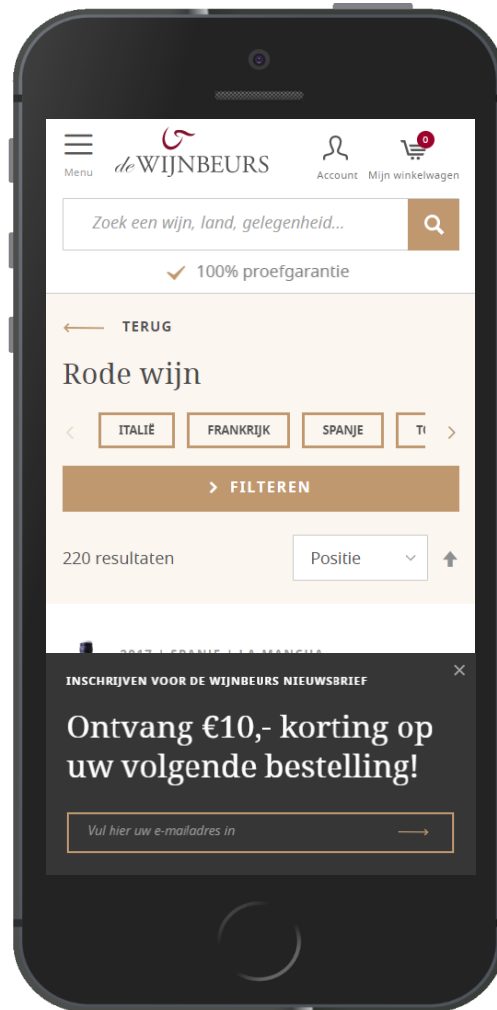
Secundaire KPI: Checkout ratio

+8.6%

The screenshot shows a mobile phone purchase page for a Samsung Galaxy. It features a slider for monthly costs, currently set at € 22 /mnd, with a total cost of € 528. The page also displays options for data bundles (1GB, 7GB, 20GB, Unlimited) and Bel/SMS bundles (200 Bel/SMS, Unlimited Bel/SMS). A 'Bestellen' button is visible at the bottom.



The screenshot shows the variant mobile phone purchase page. It features a fixed monthly cost of € 22 per month and € 0 one-time cost. A link 'Pas dit aan' is present below the text.



← *Pop-up voor nieuwsbrief opt-in*

+12% nieuwsbrief inschrijvingen

-5.6% conversieratio

Tip 3: Zorg dat je de basis op orde hebt

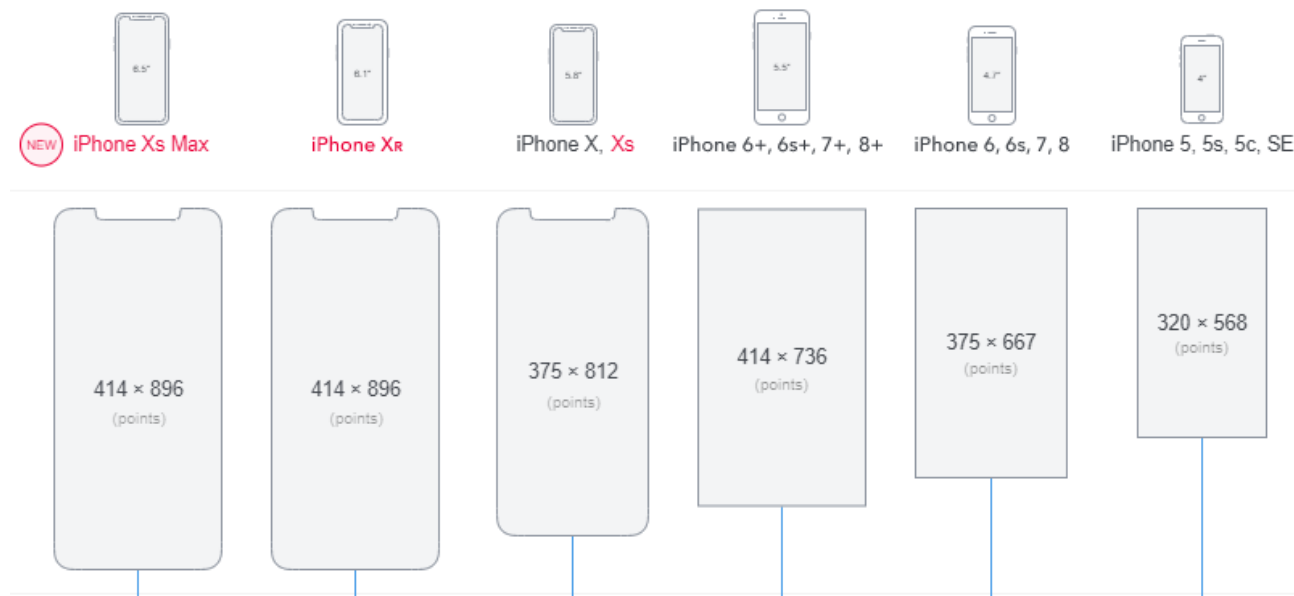
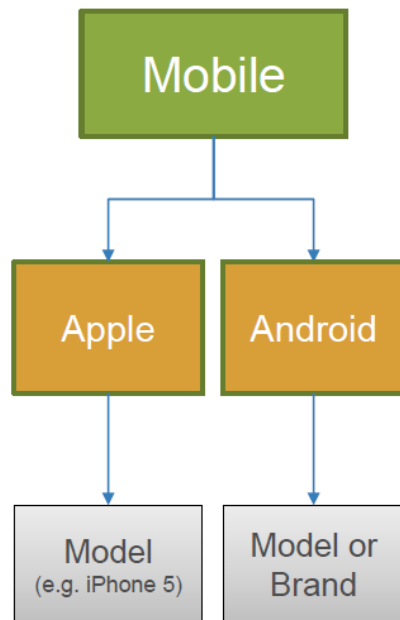
- Is je data volledig en betrouwbaar?
- Wat is de laadtijd van je website?
- Komen er bezoekers op 404 pagina's?
- Werkt de website op alle devices, browsers en resoluties?

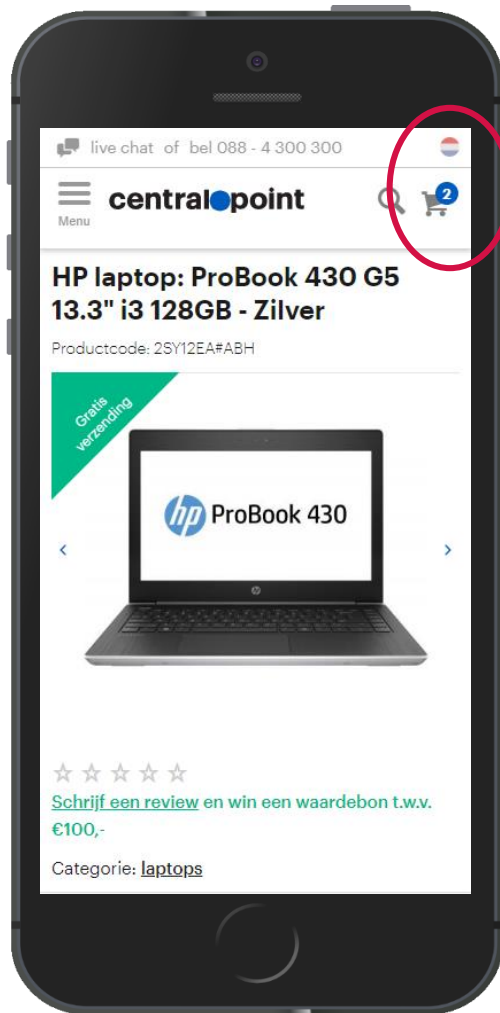
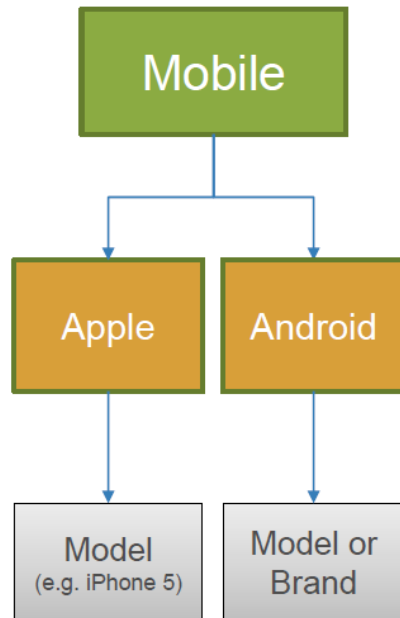
Mobile

Desktop

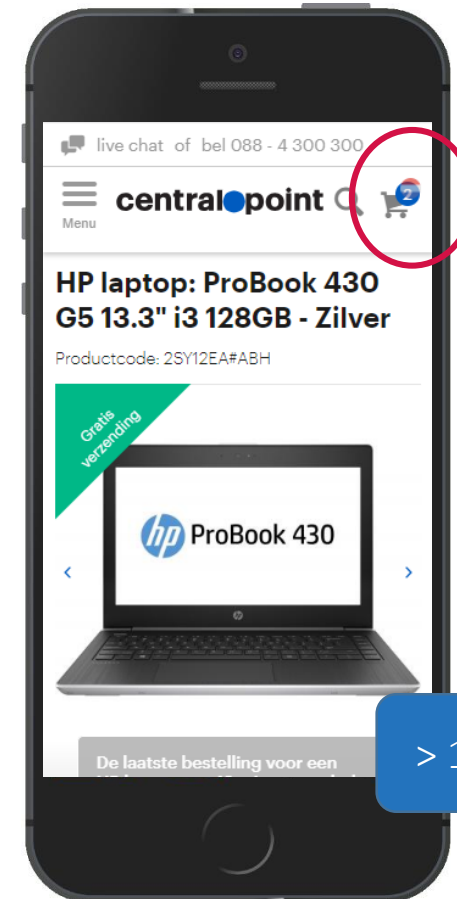
Tablet

Bron: Craig Sullivan



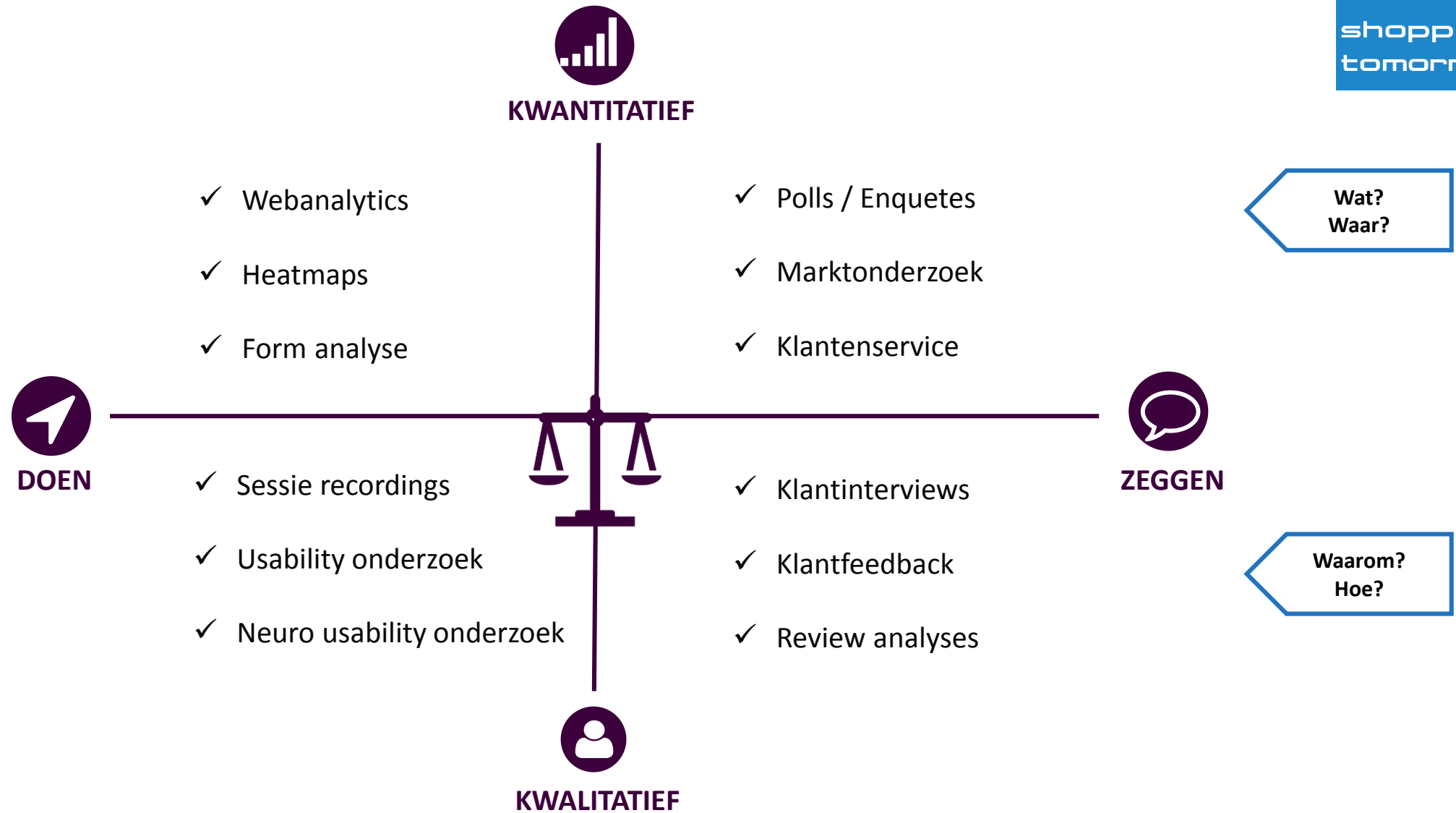


iPhone 6/7/8



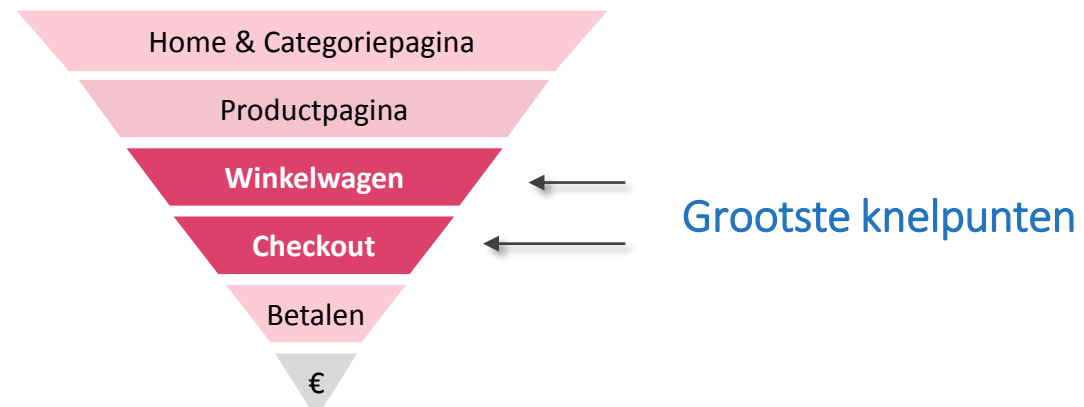
iPhone 5/5s/5c -34% conversie

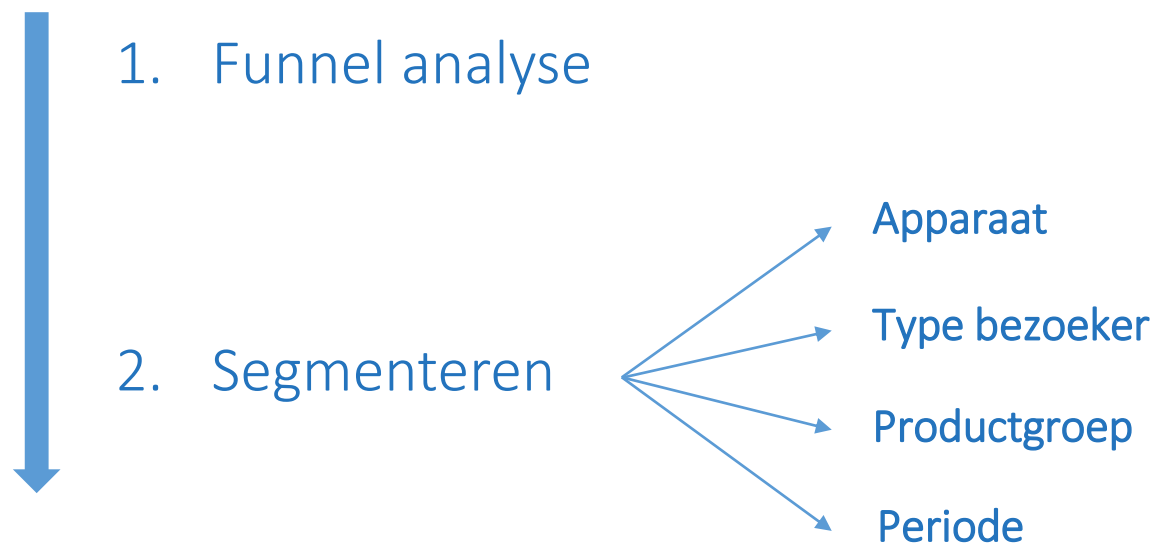
Tip 4: Combineer databronnen voor impactvolle inzichten





1. Funnel analyse







1. Funnel analyse

2. Segmenteren

3. Verdiepen

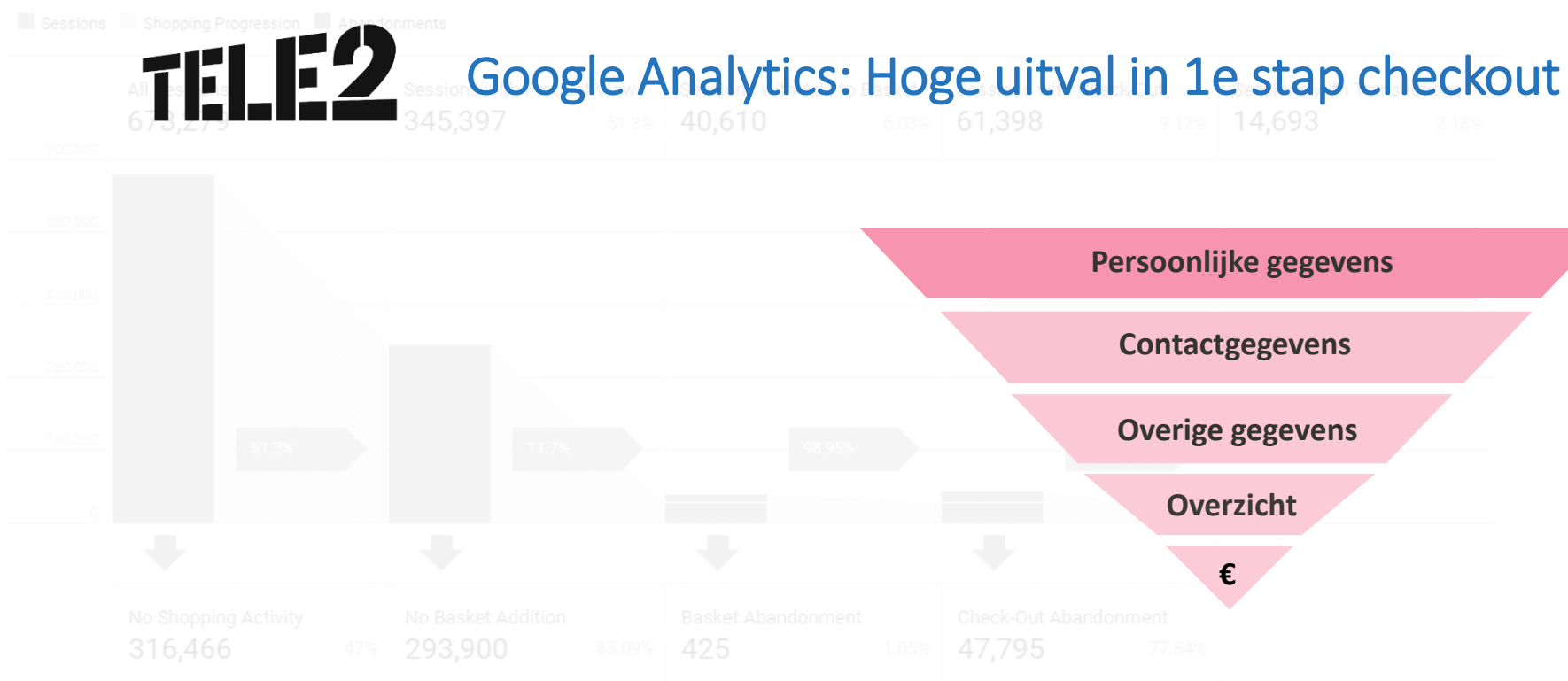


KWALITATIEF

- ✓ Klantfeedback
- ✓ Sessie recordings
- ✓ Usability onderzoek



Waarom?
Hoe?



Hoge uitval

Sessions		Abandonments		% Abandonment rate		Search		
Device Category	No Shopping Activity	%	No Basket Addition	%	Basket Abandonment	%	Check-Out Abandonment	%
1 mobile	228,409	47.23%	210,916	85.70%	303	1.12%	34,477	80.27%
		45.93%	58,236	82.16%	99	0.94%	10,037	71.07%

1. Persoonlijke gegevens

* Verplicht

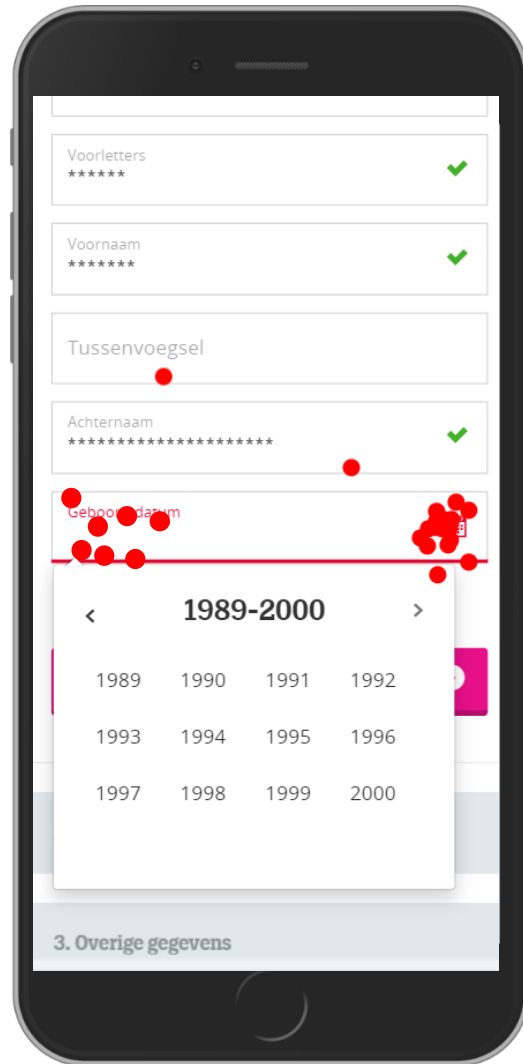
Belangrijk: neem je gegevens exact over van je legitimatiebewijs.

Aanhef*	Voorletters*	
Voornaam*	Tussenvoegs...	Achternaam*
Geboortedatum*		

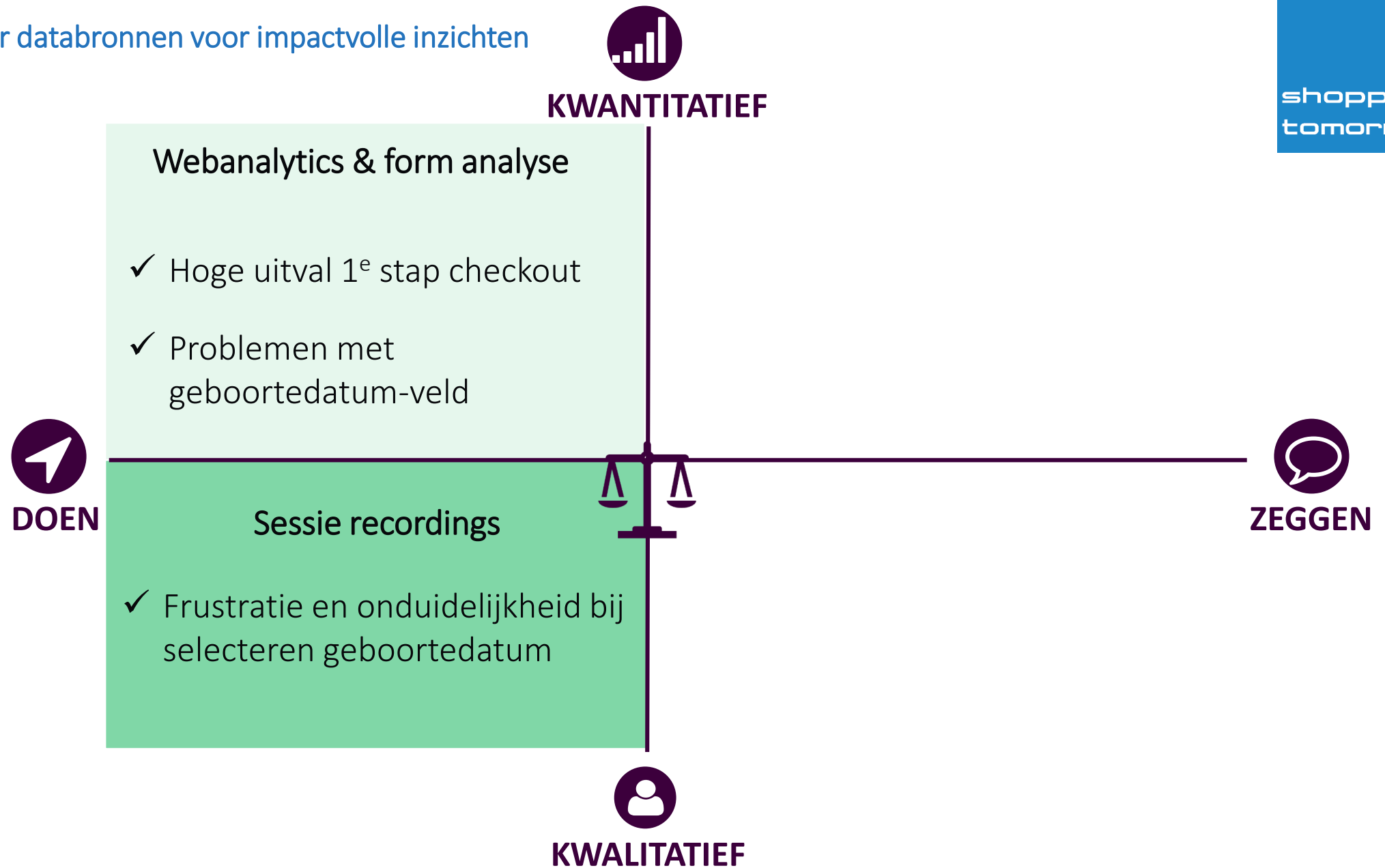
Doorgaan >

Form analyse:
problemen met geboortedatum

Langste invultijd en meeste afhakers



Sessie recordings:
veel frustratie bij invullen geboortedatum



Origineel A

Aanhef*

Voorletters*

Voornaam*

Tussenvoegsel

Achternaam*

Geboortedatum*

< 1983-1994 >

1983	1984	1985	1986
1987	1988	1989	1990
1991	1992	1993	1994

Feedback T2

3. Overige gegevens

Variant B

M

GEBORTE DATUM ^

1	Januari	1988
2	Februari	1989
3	Maart	1990
4	April	1991
5	Mei	1992

Gereed

+7.6% conversie

Origineel A

The screenshot shows a laptop screen with a form. A date picker is open, showing a grid of years from 1983 to 1994. The selected date is 25-01-1980. The form includes fields for 'Voorletters*' and 'Achternaam*'. A red error message 'Dit veld is verplicht' is visible below the date field. A blue button with the text 'Bijv. 25-01-1980' and a pink 'Doorgaan' button are also present.

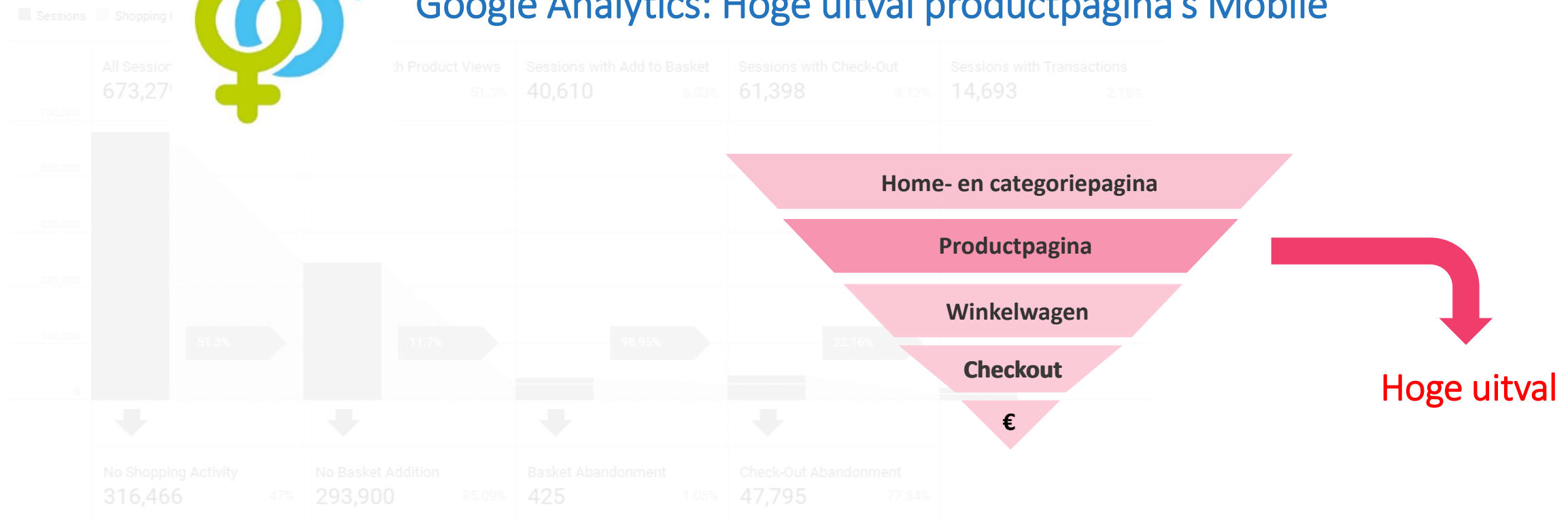
Variant B

The screenshot shows a laptop screen with a form titled '1. Persoonlijke gegevens'. The form includes fields for 'De heer' (dropdown), 'Voorletters' (input with 'M' and a green checkmark), 'Voornaam' (input with 'Max' and a green checkmark), 'Tussenvo...' (input), 'Achternaam' (input with 'Doorenspleet' and a green checkmark), and 'Geboortedatum' (input with 'DD - MM - JJJJ'). A blue button with the text 'Bijv. 25-01-1980' and a pink 'Doorgaan' button are also present.

+5.7% conversie

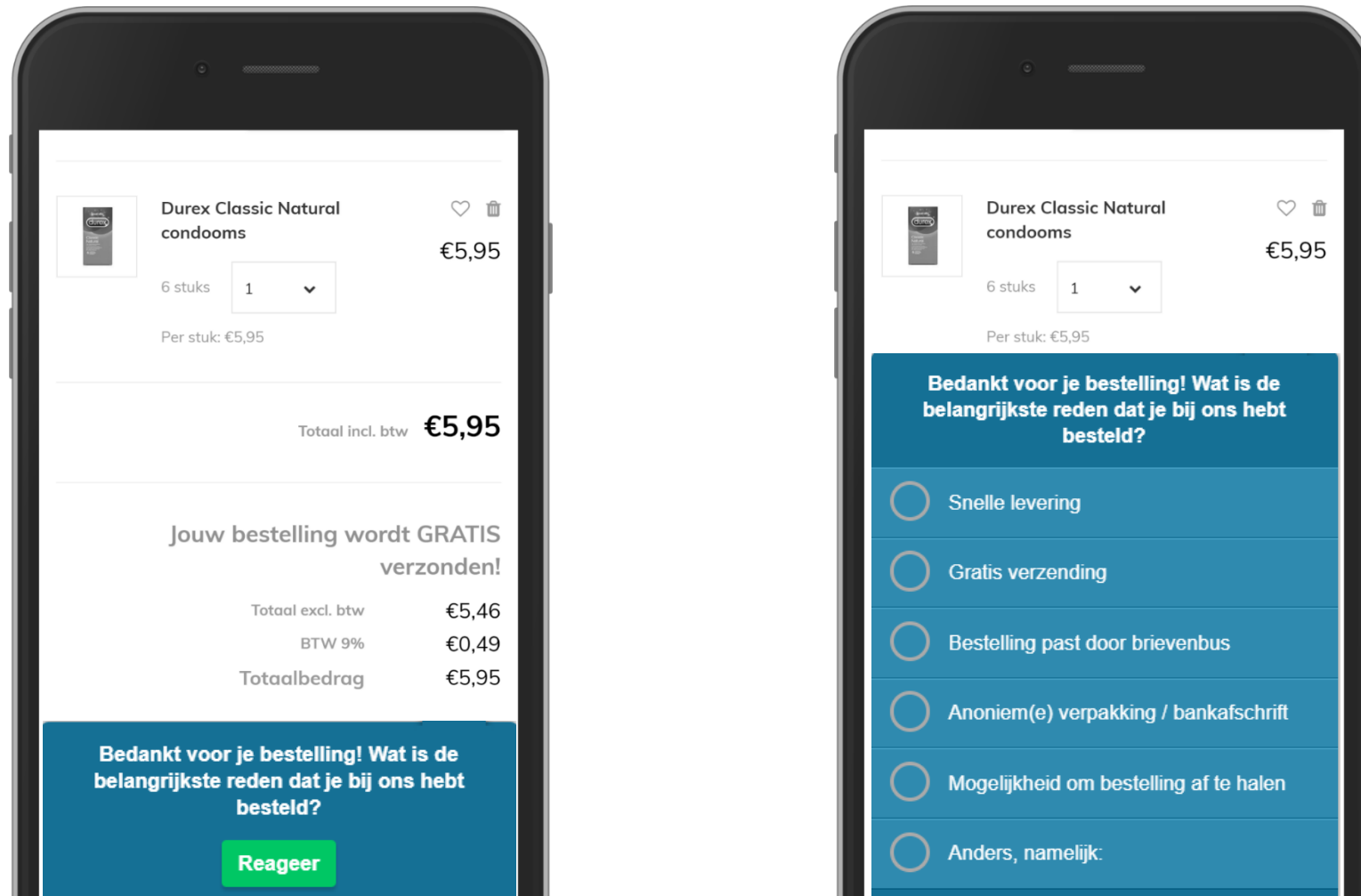


Google Analytics: Hoge uitval productpagina's Mobile

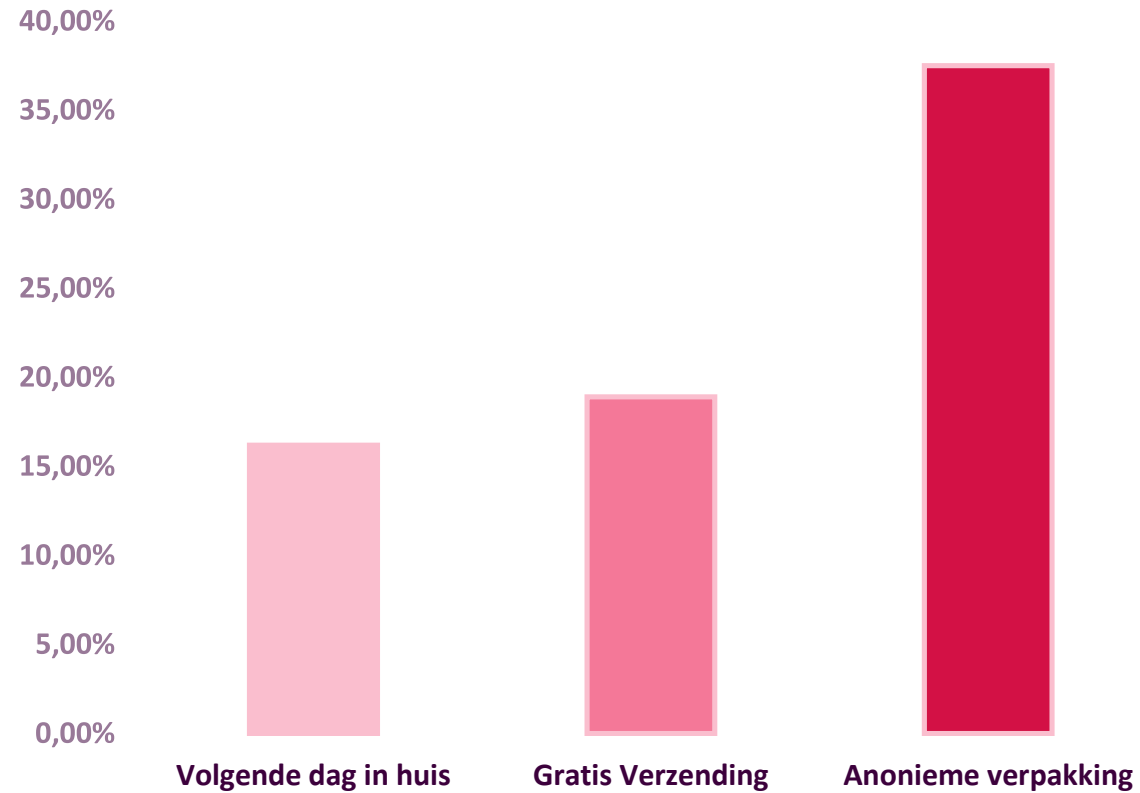
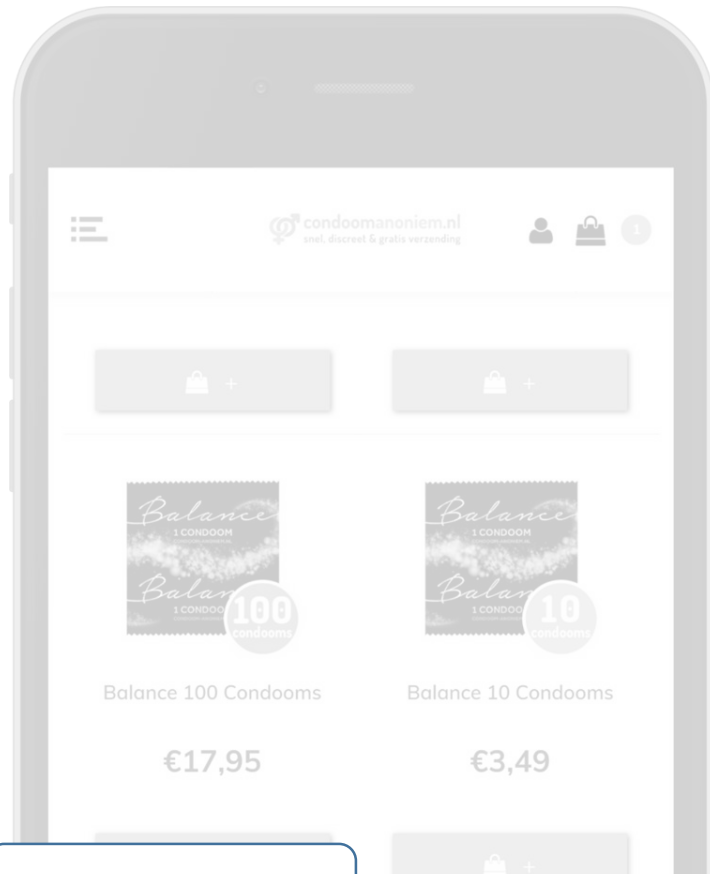


Device Category	No Shopping Activity	%	No Basket Addition	%	Basket Abandonment	%	Check-Out Abandonment	%
1 mobile	228,409	47.23%	210,916	85.70%	303	1.12%	34,477	80.27%
		45.93%	58,236	82.16%	99	0.94%	10,037	71.07%

Klantfeedback poll: Waarom heb je bij ons besteld?



Klantfeedback poll: Waarom heb je bij ons besteld?



Chat logs: Veel vragen over verpakking en afschriften

Chat on condoom-anoniem.nl

Conversation started on : Tuesday, August 14, 2018, at 20:09 (GMT+0)

[20:11] V1534277388234187: Hallo, als ik een pakket bestel. Wat komt bij mijn bankafschriften voor een naam te staan?

[20:11] *Richard has joined the conversation*

[20:12] R

[21:07] V1534106250104525: Hallo als

[20:12] V

[21:07] V1534106250104525: Ik

h

[21:08] V1534106250104525: Condooms bestel wat staat er dan bij mijn bank afschriften ?

[21:08] *Richard has joined the conversation*

[22:22] V1534543978019667: Is er aan de verpakking waarin verzonden word duidelijk te zien dat het condooms zijn of is dat onherkenbaar?

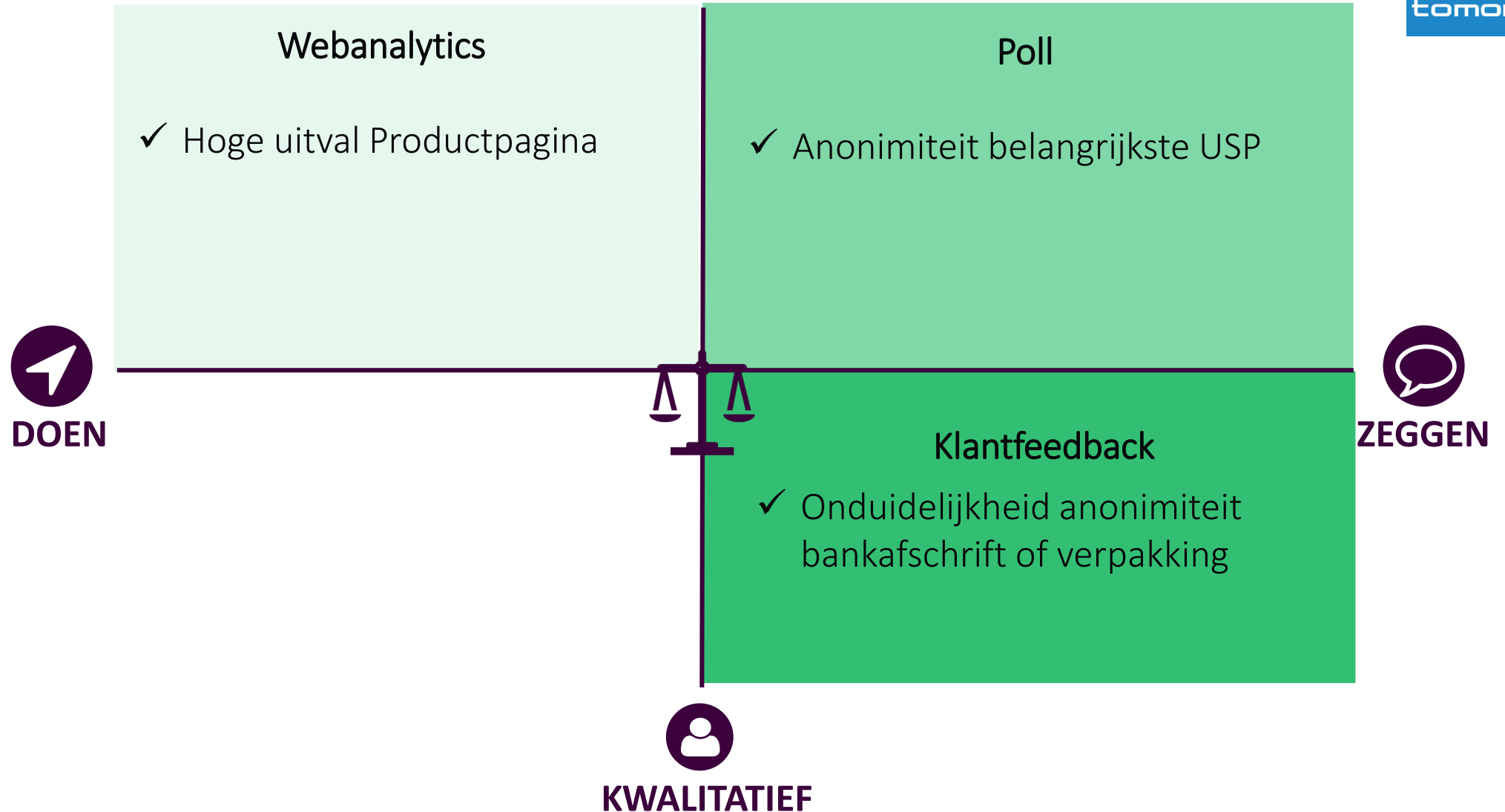
[22:23] *Richard has joined the conversation*

[18:35] V1533750897688118: Zit het in een verpakking

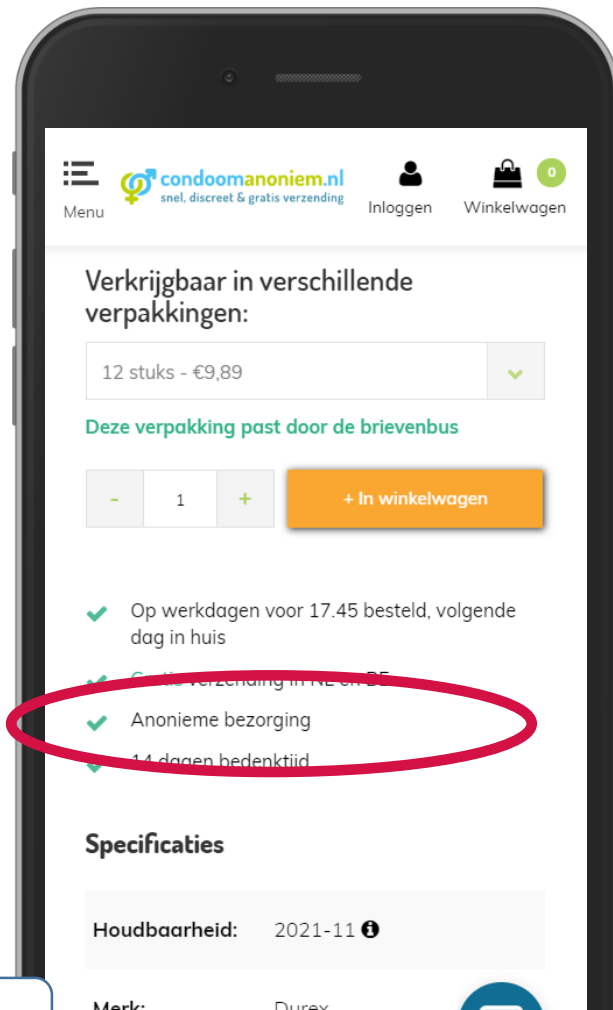
[18:36] V1533750897688118: Dat het zichtbaar is



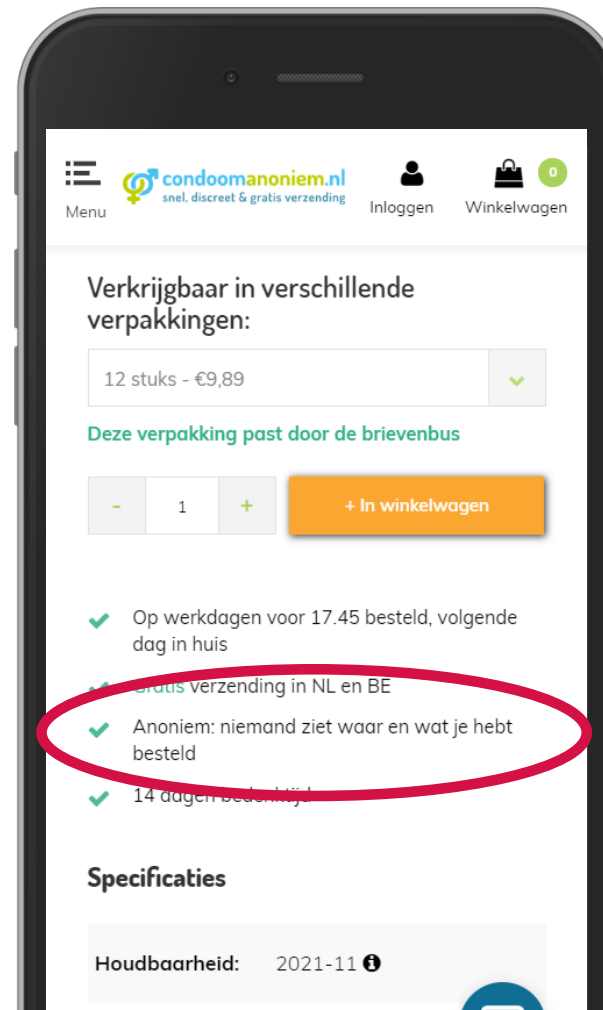
KWANTITATIEF



Origineel A



Variant B



Verduidelijking USP over anonimiteit

- ✓ Anoniem: niemand ziet waar en wat je hebt besteld

+10.0% conversie

Key takeaways

1. Maak je KPI's inzichtelijk met bijvoorbeeld een goal tree
2. Kies primaire en secundaire KPI's voor CRO die aansluiten bij de bedrijfsdoelstellingen
3. Voer essentiële analyses uit om de basis op orde te hebben
4. Combineer inzichten uit verschillende databronnen voor impactvolle optimalisaties

A close-up photograph of a hand with a finger touching the screen of a smartphone. The screen displays a colorful, abstract graphic. The background is softly blurred, showing a warm light source.

Bedankt voor je aandacht!

Meer informatie:

ism@company

Ontdek CRO groeikansen en bekijk
conversiecases op
www.mijnconversiescore.nl

Wil jij ook bouwen aan e-commerce succes?
Vind jouw droombaan in CRO, SEO of Advertising
op werkenbij.ism.nl