

UX-Quick-Audit:

DIE CONVERSIONS-CHECKLISTE

3 kritische Conversion-Killer auf B2B-Webseiten
identifizieren & beheben

1. Prüfpunkt: Das CTA- & Entscheidungssystem

Ziel: Ablenkung eliminieren und Fokus schärfen

- **Ein primäres Hauptziel pro Seite:** Gibt es genau eine eindeutige Haupt-Handlungsaufforderung im sichtbaren Bereich?
- **Visuelle Hierarchie der Buttons:** Hebt sich der primäre Button farblich und kontrastreich von allen sekundären Links deutlich ab?
- **Konkreter Nutzen im Button-Text:** Steht auf dem Button eine Handlung mit Mehrwert (z. B. „Termin sichern“) statt harter Phrasen wie „Absenden“?

2. Prüfpunkt: Die mobile Erreichbarkeit (Thumb-Zone)

Ziel: Einhand-Bedienung auf Smartphones garantieren

- **Platzierung im Daumen-Bereich:** Sind klickbare Hauptelemente und Navigationen im unteren Bildschirm Drittel problemlos erreichbar?
- **Mindestabstand & Klickfläche:** Beträgt die Mindestgröße von Buttons 44 × 44 Pixel, damit Fehlklicks vermieden werden?
- **Sticky Navigation / CTA:** Ist der primäre Kontakt-Button bei langen Seiten mobil dauerhaft erreichbar angeheftet?

3. Prüfpunkt: Formular-Reibung (Friction Reduction)

Ziel: Hürden bei der Dateneingabe abbauen

- **Radikale Reduktion der Pflichtfelder:** Werden in der Erstanfrage ausschließlich essenzielle Daten abgefragt (z. B. Name, E-Mail, Anliegen)?
- **Intelligente Eingabehilfen:** Sind passende Tastaturtypen hinterlegt (E-Mail-Tastatur, Ziffernblock für Telefonnummern) und Autocomplete aktiviert?
- **Inline-Validierung & klare Fehleranzeige:** Werden Fehleingaben direkt beim Tippen grün/rot visualisiert statt erst nach dem Absenden?